

OTDK-DOLGOZAT

Kóhalmi Aletta és Hidvégi Mónika

BA

2013

**A PANNON EGYETEM HALLGATÓINAK
FOGYASZTÁSI MAGATARTÁSA ÉS GAZDASÁGI HATÁSA
VESZPRÉM VÁROSÁRA**

**THE UNIVERSITY OF PANNONIA STUDENTS'
CONSUMER BEHAVIOR AND ITS ECONOMICAL EFFECT ON
VESZPRÉM CITY**

Kőhalmi Aletta és Hidvégi Mónika

Kézirat lezárásának időpontja: 2011. október 21.

Tartalomjegyzék

I. RÉSZ - Bevezetés.....	1
II. RÉSZ - Elméleti rész: irodalmi áttekintés	2
1. A fiatalok helye a társadalomban (Hidvégi Mónika)	2
1.1. A fiatalok pszichológia lehatárolása	2
1.2. Az ifjúsági életszakasz kitolódása.....	2
1.3. A fiatalok veszélyeztetettsége.....	3
1.4. Család szerepének a megváltozása	3
1.5. Tanulás felértékelődése	3
1.6. A fiatalok középosztályosodása	4
2. A fiatalok fogyasztási magatartása (Hidvégi Mónika).....	4
2.1. Fogyasztási magatartás definíciója	4
2.2. Az egyéni tényezők.....	5
2.3. Társadalmi- gazdasági tényezők	5
2.4. Szociológia tényezők	6
2.5. A fiatalok saját vásárlási döntései.....	7
3. Veszprém, az egyetemi város (Kőhalmi Aletta).....	8
3.1. Veszprém és népessége	8
3.2. Az Egyetem története.....	8
3.3. Egyetemi polgárok	8
3.4. Veszprém gazdasága.....	11
3.5. A város és az egyetem kapcsolata.....	11
4. Kutatásmódszertan (Hidvégi Mónika, Kőhalmi Aletta)	14
4.1. A kutatás célja.....	14
4.2. Kutatás módszer	14
III. RÉSZ - Kutatás bemutatása (Kőhalmi Aletta).....	16
1. Vélemények a kutatásról.....	16
2. Felmérés előzményei	16

3. A Pannon Egyetem hallgatóinak szolgáltatás igényei	17
3.1. A város szemszögéből	17
3.2. Az egyetem szemszögéből	19
4. Együttműködési kapcsolat az egyetem és város között.....	20
5. Egyetemi társadalom hatása Veszprém gazdaságára	20
6. Társadalmi megítélés	22
7. Kultúra - Alapítványok, ifjúsági szervezetek.....	23
8. Végzett hallgatók helyzete a városban.....	24
IV. RÉSZ - Online kérdőív a Pannon Egyetem hallgatói körében (Hidvégi Mónika, Kőhalmi Aletta)	25
1. Hipotézis	25
2. A kérdőív célja.....	25
3. Kérdőív kielemezése.....	25
3.1. Demográfiai adatok részletezése	25
3.2. Egyetemi képzéssel kapcsolatos adatok	27
3.3. Bevételi források	29
3.4. Fogyasztási magatartás	31
3.5. Elégedettség	47
V. Összegzés (Hidvégi Mónika, Kőhalmi Aletta)	49
VI. Irodalomjegyzék	51
VII.MELLÉKLETEK	53

Táblázatjegyzék

1. sz. táblázat: Táblázat a 2006-2011 es pozíciókról.....	15
--	-----------

Ábrajegyzék

1. ábra Nemek eloszlása a megkérdezettek között	26
2. ábra: Születési évek eloszlása a kitöltők között	26
3. ábra: Finanszírozási formák eloszlása a kitöltők között	27
4. ábra: Egyetemi tanulmányok megkezdésének éve a kitöltők között.....	28
5. ábra: Karok eloszlása a kitöltők között.....	28
6. ábra: Tartózkodás a szorgalmi időszakban	29
7. ábra: Ösztöndíjban részesedők a 2010/11 félévben és a 2011/12 félévben	30
8. ábra: Iskolaszövetséghez tartozás eloszlása	30
9. ábra: Havi összköltségek	31
10. ábra: Havi kiadások százalékos lebontása kategóriánként	32
11. ábra: Havi kiadások lebontása forintban kategóriánként.....	33
12. ábra: Szórakozás rendszeressége havonta	34
13. ábra: Sportolás rendszeressége havonta	34
14. ábra: Élelmiszerszolgáltatás igénybevételének gyakorisága havonta	35
15. ábra: Veszprémi szolgáltatásokra tett hallgatói javaslatok százalékos eloszlásban ..	37
16. ábra: Hidegétel-miszer beszerzési forrásai.....	38
17. ábra: Hidegétkezésre fordított költségek hetente.....	39
18. ábra: Meleg étel-miszer beszerzési forrásai	41
19. ábra: Meleg étkezésre fordított költségek hetente	41
20. ábra: A legnépszerűbb éttermek elhelyezkedése (a 19. kérdés alapján).....	43
21. ábra: Diákcentrum és az Other Side Dance Cafe látogatottsága.....	44
22. ábra: <u>Grand Canyon Western Pub és az Expresszó Klub</u> mozi és Kávézó látogatottsága.....	45
23. ábra: Gesztenyés Sörkert és a Sport Pub Söröző látogatottsága	46
24. ábra: <u>A legnépszerűbb veszprémi szórakozóhelyek</u> elhelyezkedése, a 22. kérdés alapján.....	47
25. ábra: Elégedettség mérése a megkérdezettek között	48

I. RÉSZ - Bevezetés

Kutatásunk célja, hogy átfogó képet kapjunk a Pannon Egyetem hallgatóinak fogyasztói magatartásáról, illetve Veszprém város gazdaságára kifejtett hatásáról. Azzal a feltételezéssel álltunk neki a felmérésünknek, hogy az egyetemisták jelentős összegeket költenek el a városban, ezzel nagymértékben befolyásolják a helyi szolgáltatók bevételeit. Ez a felvetésünk abból eredt, hogy számos vendéglátó ipari egység, üzlet, szórakozóhely található az egyetem és a kollégiumok közelében, és ez valószínűleg nem véletlen.

A dolgozatunk első részében a témánk elméleti aspektusait részleteztük. A fiatalok társadalomban elfoglalt helyét, illetve a fogyasztási magatartásukat fejtettük ki. Elsőként a 'fiatal' fogalmát definiáltuk, illetve ennek a korszaknak a sajátosságait, főbb vonásait, az egyén céljait jártuk körül. Ennek az életszakasznak fontos jellemzője a családtól való elszakadás, önállósodás és természetesen a tanulás. A következőkben a fogyasztási magatartás általános definícióját határoztuk meg, illetve kitértünk a korosztály egyéni -, társadalmi-gazdasági -, szociológiai-, valamint vásárlási jellemzőire is. Témánk szerint a veszprémi egyetemistákkal foglalkozunk, így rövid áttekintést adtunk a város népességéről, gazdaságáról és a Pannon Egyetem történetéről. Az egyetem hallgatóinak életét, illetve a város és az egyetem kapcsolatát mutattuk be néhány veszprémi polgár meglátásán keresztül. Közöttük vannak az egyetem, az önkormányzat illetve a kulturális élet szereplői.

A dolgozatunk második részében először az általunk készített interjúkat írtuk le, melyeket a városi és az egyetemi élet szereplőivel készítettünk. Bemutattuk, hogy szerintük mik a hallgatók elvárásai, vajon milyen hatással vannak az egyetemisták Veszprémre, és többek között mi a véleményük az egyetem és a város kapcsolatáról.

A következőkben a kérdőívünket elemeztük ki, és látványos ábrákkal, grafikonokkal szemléltettük az eredményeket. Ebben a részben kiderült, hogy az eddig megkérdozetlen réteg miből él, mit fogyaszt, milyen szolgáltatásokat vesz igénybe, és ezekre mennyit költ. Kitértünk a szórakozásra, a meleg-, és a hideg étkezésre, valamint arra is, hogy az egyetemisták mit hiányolnak a városból.

Végül a dolgozatunkat az összegzéssel, saját véleményeinkkel és jövőbeli kitekintéssel zártuk.

II. RÉSZ - Elméleti rész: irodalmi áttekintés

1. A fiatalok helye a társadalomban (Hidvégi Mónika)

1.1. A fiatalok pszichológia lehatárolása

Fiatal: Az ifjúsági korosztályokon belül a három viszonylag homogén korcsoport egyike, (19-30 éves kor), akik a társakhoz, barátokhoz (esetleg eszményekhez, értékekhez) kötődnek. Jelen esetben a fiatalok alatt a 18-30 éves korosztály értjük, akik a felsőoktatásban tanulnak (mobilitás.hu alapján saját meghatározás).

Ez az életkor, ami átmeneti fázist képez a gyermekség és a felnőtt viselkedés között. Ennek a szakasznak a jellegzetessége, hogy az egyén igyekszik megismerni saját magát és környezetét. Főbb vonásai az önkép kialakítása, személyes határok felfedezése, a nemi és szociális szerepek elsajátítása, a szülőtől való függetlenedés, önállósodás és intenzív tanulás. Ilyenkor alakulnak ki a konkrét életcélok, a legtöbb fiatal 17 éves korában már eldönti, hogy mivel akar a jövőben foglalkozni és ennek megfelelően cselekszik. A fiatalok célja a világ megismerése, autentikus minták felfedezése és azok logikájának megértése. Ennek a korszaknak a lezárulása általában egy jelentősebb eseményhez köthető, mint például a családalapítás vagy az első komoly munkahely. (Törőcsik, 2003)

1.2. Az ifjúsági életszakasz kitolódása

A fiatal korosztályt régebben nem tekintették külön korcsoportnak, mivel rövid átmeneti időszakot jelentett a gyermek lét és a felnőtté válás között. Azonban napjainkban egy ifjúsági korszakváltás figyelhető meg, ami Nyugat-Európára jellemző a hatvanas évektől kezdődően. Ennek fő jellemzője az ifjúkor időszakának meghosszabbodása. A fiatalkor hamarabb kezdődik és tovább tart. Az ifjúsági életszakasz kiszélesedése az ifjúsági életidő kettős mozgásával jár, egyrészt felgyorsul, például a képzés kezdése egyre korábbra tevődik (nyelvtanulás az általános iskola első osztályától), és ezzel egyidejűleg lelassul, mivel a főállású munkavállalás későbbre helyeződik. (Gábor, 2006). Ez a folyamat olyan irányba mutat, ami azt sugallja, hogy a fiatalok egyre korábban fogyasztóvá válnak, és annál később találják meg helyüket a munka világában. Ennek előfeltételei a tanulás felértékelődése, a

közoktatás fejlődése, a felsőoktatási expanziója és a fogyasztói és szolgáltatóipar nagymértékű kiszélesedése. (Gábor, 2004b).

1.3. A fiatalok veszélyeztetettsége

Valamilyen formában a jelen fejlett országában élő fiatalság rendkívül előnyös helyzetben van a múlt generációhoz képest, mert nem fenyegetik őket közvetlen mindennapi járványok, háborúk, sem éhezés. A veszélyeztetettség forrása inkább pszichológia vagy egzisztenciális bizonytalanság (Wallace, 1998). Ebben a korcsoportban kiemelkedően fontos érték az életstílus, a fiatalság, a teljesítmény, a munka, a karrier és az anyagi biztonság (Törőcsik, 2003).

Sajnos ma egyre jobban érzékelhető, hogy megszűnik a korábban megszokott biztos munkahely fogalma a tanulmányok befejeztével. Éppen ezért nagymértékben felértékelődött a tudás és ennek eléréséért a fiatalok folytonos versenyben állnak egymással a jobb állás reményében (Gábor, 2004a). Azonban a pályaválasztási és párválasztási döntések nem feltétlen véglegesek, így a felnőtté válás kitolódik, és ez növeli a fiatalok bizonytalanság érzetét a jövőre nézve (Somlai, 2010).

1.4. Család szerepének a megváltozása

A mai fiatalok korábban kezdik meg a függetlenedést és nagyobb arányban folytatják tanulmányaikat a felsőbb oktatásban, azonban az anyagilag független életkezdést és a főállású munkavállalás idejét kitolják. Általános tendencia, hogy a fiatalság igyekszik „kiszállni a családi fészekből” és tudatosan választanak a lakóhelyüktől távol eső egyetemi várost, ami a gyökeres életmódváltással egyenlő. Sokkal nagyobb szerepet kap a fogyasztás, a fogyasztói kultúra, ezzel összefüggésben megváltozik a fiatalok értékorientációja és cselekvési mintáik (Gábor, 2004a). Átalakulnak a szociális szerepek, csökken a család szerepe és ezzel párhuzamosan erősödik a kortársakhoz való kötődés és a mobilitás, az életkorilag homogén csoportok jelentik a család és a társadalom közti köteléket (Somlai, 2010).

1.5. Tanulás felértékelődése

Napjainkban a tudás igen felértékelődött, mivel csökkent a munkaerőpiac felvevő kapacitása, ezért növekszik a versenyképesség fontossága a fiatalság számára. Több időt fordítanak saját

maguk képzésére és igyekeznek megfelelni azon elvárásnak, hogy tudásukat mindig frissítsék, és napra készek legyenek (Wallace, 1998). Ezzel együtt felértékelődött a külföldön folytatott tanulmányok szerepe. Az alapszakos diploma megszerzése után többen külföldi tanulmányokkal tolják ki egyetemi éveiket, ami fontos tapasztalati forrásként értékelnek. Ez egy egyéni módja a fejlődésnek és ezzel kiemelkedhetnek kortársaik közül, versenyképesebbekké válnak a munkaerőpiacon bizonyítva rátermettségüket. (Törőcsik, 2003).

1.6. A fiatalok középosztályosodása

Az életpálya kiterjedésének köszönhetően napjainkban az ifjúságot felruházták a korábban csak a középosztályra jellemző tulajdonságokkal, mint például a rugalmasság, tehetőség és a döntés szabadsága. Emellett a hallgatóknak kialakul a fogyasztói státusza és ezzel együttesen megjelenik a piacfüggő szabadidő tevékenység, amely a fiatalok életeseeményeinek fontos része. Az ifjúsági életforma másik fontos jelensége, hogy az egyén egyre inkább individualizálódik. Ezek együttes hatásának köszönhető az, hogy a szabadidő ipar fellendült, és a magánvállalatok is kezdik célpontként tekinteni ezt az egyre növekvő korcsoportot. Erre bizonyíték, hogy az iskolai végzettséggel arányosan növekszik a fogyasztói javak birtoklása. Egyre többen rendelkeznek lappal, netbookkal, érintőképernyős mobiltelefonnal és egyéb státusz szimbólumokkal. Összegezve a mai fiatalság igen szerencsés helyzetben van, sokkal több lehetőség birtokában vannak, mint az előző generációk tagjai. (Gábor, 2004b, 2006)

2. A fiatalok fogyasztási magatartása (Hidvégi Mónika)

2.1. Fogyasztási magatartás definíciója

„A fogyasztói magatartás a termék és a szolgáltatások megszerzése és használata során végzett tevékenységek összessége, amelynek célja a fogyasztói elégedettség növelése.” (Bauer-Berács-Kenesei, 2007, 49. o.)

A fogyasztói magatartás igen összetett témakör, de a korlátozott terjedelem miatt csak az elengedhetetlen aspektusokat említjük. A vásárlói döntés kizáróan kontextuálisan értelmezhető. Minden egyes vásárlás egyéni jellemzőkkel bír, számtalan tényező befolyásolja.

Mint például függ az adott szituációtól, a fogyasztó egyéni tulajdonságaitól, társadalmi és gazdasági környezetétől. (I. Melléklet)

2.2. Az egyéni tényezők

Ezek közé sorolható a nem, mivel férfi és nő érdeklődése között rengeteg különbség van, mint például a nők jó része kifejezetten szeret vásárolni, míg a férfiak kisebb termék- és szolgáltatás körben élvezik ezt a tevékenységet (Törőcsik, 2003). Fontos befolyásolók még az életkor, hogy milyen életciklusban van a fogyasztó, mekkora a jövedelme, mi a foglalkozása és milyen iskolai végzettséggel rendelkezik. Emellett az egyik legfontosabb egyéni tényező maga a személyiség és az életstílus. Kutatásunkban kifejezetten a fiatal korcsoporttal foglalkozunk, ezen belül az egyetemistákat vizsgáljuk, akik külön mikrokultúrát képeznek, egyedi életstílust hordoznak, ami sajátos értékekkel, attitűdökkel, kultúrával, tevékenységformákkal rendelkezik (Csákó, 2004). Ezek az egyediségek például megjelennek életvitelükben, hiszen sokkal nagyobb szabadságot élveznek, mint a társadalom többi tagja. Elmosódnak a különbségek nappalok és éjszakák között, és éppen ezért a hétköznapiak akár hajnalban is aktívak az egyetemisták, ellentétben a város többi lakójával. Ezt természetesen a szórakozóhelyek igyekeznek kihasználni hétköznapi diákestelekkel. Így a helyiektől jól elkülöníthető réteget képeznek a hallgatók egyedi szabadidős tevékenységeik révén. (Chatterton, 1999)

2.3. Társadalmi- gazdasági tényezők

A fiatalok jövedelme, akár több forrásból is származhat, amit elsősorban a gazdasági keretfeltételek határoznak meg. Sokan nagy támogatást kapnak családjuktól zsebpénz formájában, vagy egyéb ellátást, mint például a „mama service”, így nem kell külön pénzt költeni olyan szolgáltatásokra, amit otthon a hétvégén meg tudnak csinálni (pl. mosás) és a hétköznapiakra beosztani. Emellett az egyetemi hallgatók bizonyos hányada részesül különféle ösztöndíjban. De napjainkban egyre elterjedtebb jelenség, hogy a fiatalok tanulmányaikkal párhuzamosan dolgoznak, néhányan csak alkalmi jelleggel, de ezzel is gyarapítják jövedelmüket. Plusz pénzforrási lehetőséget nyújt az állam diákhitel formájában, amit csak munkába állás után kell visszafizetni havi keresetükből. (Somlai, 2010)

Másodsorban a demográfiai jellemzőket említjük meg. A fejlettebb országokban általánosan megfigyelhető jelenség a népesség elöregedése. Ez hazánkban is így van. Az úgynevezett Ratkó-gyerekek gyerekeinek megszületésekor volt Magyarországon a csúcspont, azóta csökken a 30 év alatti generációk (Töröcsik, 2003). Igaz kevesebb a fiatal, de az életvitel megváltozásnak és a felsőoktatás expanziójának következtében folyamatosan növekszik az egyetemi hallgatók száma. Ez egy újfajta életvitelt jelent, ahogy azt korábban kifejtettük. Sokan a munkanélküliség elkerülése érdekében képezik tovább magukat, de meg kell említeni azokat is, akik csak a komolyabb felelősségvállalást akarják késleltetni és tovább élvezni fiatal éveiket. (Gábor, 2004b). Egy másik fontos társadalmi-gazdasági tényező a tömegkommunikáció, ami a mai fiatalság fontos jellemzője, hiszen a média világában nőttek fel és ezeket a modern eszközöket igen jól használják és ezáltal rengeteg információ vált elérhetővé számukra. (Wallace, 1998). Fontos tényezőként kell továbbá megemlítenünk a divatot is. A jelen fiataljainak igen lényeges az önmegjelenítés, az identitás és a másoktól való megkülönböztetés igénye, az egyéniség kifejezése és ezzel megegyezően a csoporthoz való tartozás elismerése. Ezért a divat követése, vagy éppen nem követése igen nagy befolyással bír a fogyasztó döntésére. (Töröcsik, 2003)

2.4. Szociológia tényezők

A fiatalok életében nagy szerepet játszik a társadalmi megítélés, hogy milyennek gondolják a többiek. Ez a megfelelés rendkívül nagy hatással van az egyén preferenciáira. Mint említettük az egyetemista társadalom egy külön szubkultúra és tagjai erős összetartozást éreznek és mutatnak, melynek hatása érzékelhető a fogyasztásukon is. Ezen belül fontos a csoportban betöltött szerepe az egyénnek. Továbbá a referenciacsoport is igen nagy befolyással bír az egyénre. (A referenciacsoport olyan személyekből áll, akiket az egyén viszonyítási pontként kezel saját magatartása alakításánál Bauer-Berács-Kenesei, 2007). Nem utolsó sorban a fiatalság vásárlási döntéseire nagy hatással van a családjuk. Ezen belül szocializálódtak és tanulták meg az értékeket hosszú időn keresztül, melynek bizonyítéka érzékelhető, de ez nem jelenti azt, hogy a családi háztól való függetlenedés alatt ne térnének el ezektől a kialakult sémáktól. Ne feledjük el, ez a korszak a kísérletezésről szól, a tapasztalatok szélesítéséről, hogy később megállja az egyén a helyét a társadalomban, azonban erre a korszakra kétségtelenül jellemző az élet élvezése. (Töröcsik, 2003)

2.5. A fiatalok saját vásárlási döntései

A fiatalokban számos vásárlási döntés megy végbe nap mint nap. Korábban a termékeket nem kizárólag ők vásárolták, hanem nagymértékben a szüleik és a fiatalok nem feltétlen követik szüleik vásárlási szokásait. Folyamatosan gyűjtik az információkat, melyik ár, márka, termék és üzlet a legoptimálisabb választás. A korosztály egyéb jellemzője az eredetiség keresése, a szokatlan és új megoldások előnyben részesítése, nyitottság, a vonatkozási csoportok követése, és az élménykeresés (Törőcsik, 2003).

Vásárlásaikban egyértelműen felismerhetőek meghatározó termékek és szolgáltatáskörök, amelyek több módon csoportosíthatók. Alapvetően a legegyszerűbb és egyértelmű csoportosítás Maslow motivációs elmélete alapján tehető, mivel ez mindenkre egyaránt érvényes. (II. Melléklet). Ezen felül természetesen lehet csoportosítani kiemelkedő szolgáltatáskörök alapján (III. Melléklet) és kiemelkedő termékkörök alapján (IV. Melléklet), melyek jó rálátást nyújtanak a fiatalok fogyasztási preferenciáira és alapvető szokásaikra.

Összegezve a mai fiatalok igen színes képet mutatnak a piacokon. Tanulnak, alakítják felnőtt életüket, emellett dolgoznak és fogyasztanak igen nagy mennyiségben. Jelentős vásárlókört jelentenek a piacokon, fogyasztási szokásaik megértése kulcsfontosságú a sikeres gazdaság szempontjából.

3. Veszprém, az egyetemi város (Kőhalmi Aletta)

3.1. Veszprém és népessége

A Veszprém megye keleti felén elhelyezkedő Veszprém, a térség kulturális, igazgatási és nem utolsósorban oktatási központjaként funkcionál. Mivel megyeszékhelyként is működik, nem csak városi, de megyei feladatokat is ellát, valamint a Közép-Dunántúli régió egyik fő központja. A Közép-Dunántúli régió a legnépesebb dunántúli régió, melybe Fejér, Komárom-Esztergom és Veszprém megye tartozik. Veszprémben 63.898 lakos él 126,9 km² –en (KSH 2009, Varosunk.hu).

3.2. Az Egyetem története

„Az egyetem névadója Magyarország egyik legrégebbi városa.” (Albert, 1999) A 13. századi káptalani főiskola itt működött, ahol az akkori hallgatók a hét szabad mesterség mellett jogot is tanulhattak. Sok száz évvel később, a 20. században vált Veszprém egyetemi várossá, mivel 1949-ben telepítették ide a Budapesti Műszaki Egyetem egyik karát. Ekkor 16 oktató és 107 hallgató részvételével indult meg az oktatás. Két év múlva vált önállóvá az egyetem, Veszprémi Vegyipari Egyetem (VVE) néven. A következő években számos épülettel bővült a hallgatói létszám folyamatos növekedése miatt, később pedig új karokat is indítottak. A nyolcvanas évek végéig megközelítőleg 600 hallgatója volt a VVE-nek. 1990-ben vette fel a Veszprémi Egyetem nevet, melyet 2006-ban Pannon Egyetemre változtattak. Jelenleg több mint 10 000 diák tanul, és kb. 400 oktató tanít az egyetem öt karán (Veszprémen kívül Keszthelyen, Pápán, Nagykanizsán, Székesfehérvárott). Fontos még megemlíteni, hogy 2005-ben – magántőke bevonásával – egy új, 800 férőhelyes kollégium is épült. (Varga, 2009)

3.3. Egyetemi polgárok

Veszprém városa nem csak a turistákat vonzza látványosságaival, de egyetemi város révén évente több ezer hallgatót is. Kiemelkedő a kulturális és szellemi eseményekben is a város. Nem csak a Pannon Egyetem és számos középiskola, de három színház, múzeumok és az impozáns óváros teszi még vonzóbbá a várost a művelődni vágyóknak. A megyeszékhely sportélete is dicsőre méltó, hiszen ki ne hallott volna már az MKB Veszprém kézilabda csapatáról? Mindezek mellett kiállítások, és olyan nyári fesztiválok színesítik még a városi életet, mint az Utcazene Fesztivál vagy például a Veszprémi Nyári Fesztivál. Ezekből látható,

hogyan Veszprém valóban remek lehetőségeket nyújt a fiataloknak, a kérdés csak az, hogy tudnak-e ezzel élni? (Varosunk.hu)

Több mint 10 000 hallgató tanul az intézményben, melynek négy veszprémi kara van; a Modern Filológiai és Társadalomtudományi, a Gazdaságtudományi, a Mérnöki és a Műszaki Informatikai Kar. Érdemes megemlíteni még a Georgikon Kart is, ami Keszthelyen található. Ekkora hallgató létszám esetén nem csoda, hogy a szorgalmi időszakban észrevehetően megnő a tanulók száma az utcákon, vendéglátó egységekben stb. Több ezer nappali tagozatos hallgató veszi ilyenkor igénybe a városban megtalálható szolgáltatásokat, és költi el a jövedelmét. A legtöbb egyetemistával ilyenkor az úgynevezett Egyetemvárosban találkozhatunk, ami a veszprémi Egyetem központi épületei és kollégiumai környezetében található.

Hogy valós képet tudjunk adni a veszprémi hallgatók életéről, néhány olyan veszprémi polgár meglátását mutatjuk be, akiknek jó rálátásuk van az egyetemi polgárok igényeire, szokásaira. A diákok kulturális életébe enged betekintést a veszprémi Tudás Sziget, 7KÖZnap című fórumán (kultúra témakörben) felszólalók véleménye. (Tudás Sziget CD, 2006a)

A Városi Művelődési Központ (VMK) 2006-ban posztpon levő igazgatója beszélt az egyetemi polgárokról. Szerinte az egyetem és az ott tanuló diákság markánsan meghatározza egy település légkörét, hangulatát. A veszprémi egyetemen megjelenő új karok gazdagították az egyetem profilját. A város lakossága nem nőtt, viszont az itt élő fiatalok száma örömdetesen emelkedett. Úgy gondolja, jobb egy olyan városban élni, ahol sok a fiatal, az egyetem egyfajta szellemiséget ad. Hozzátette azonban azt is, hogy az egyetemisták életének egy része az egyetem falain belül zajlik csak, szabadidejüket is egyetemi keretek közt szeretik eltölteni társaikkal, pl. a Diákcentrumban. A város kulturális rendezvényein nem vesznek részt tömegesen az egyetemisták, és ezt nem is szerencsés erőltetni. „*Törekszünk arra, hogy minél több olyan esemény legyen, amely a diákok számára érdekes lehet*” – mondta az akkori igazgató. Vannak különböző vendéglátóhelyek, ahol akár minden hétvégén más-más témájú programokkal várják a fiatalokat, viszont ezeken a helyeken átlagosan csak 30-40 ember fér el. A mostani fiatalok se jobbak, se rosszabbak, mint elődeik voltak, egyszerűen szemléletük, lehetőségeik egészen más természetűek. Pedig a város, méreteihez képest, igen gazdag kulturális választékot kínál.

Ha pedig a kultúráról esik szó, a színházról sem szabad kifelejteti. A veszprémi egyetem meglehetősen befelé forduló, árulta el a Petőfi Színház igazgatója (2006). Nem tudják azt,

hogy a színház műfajában mivel lehetne megszólítani az egyetemistákat. A mai kulturális fogyasztásban főleg az érzékekről szól minden (látom, hallom, ízlelem). De amikor valamit tudatilag kéne feldolgozni, az már nem annyira eladható. Be kell látni, a kereskedelmi és vendéglátó egységek meg tudnak élni az egyetemistákból, de az úgynevezett „magas” kultúra már kevésbé.

Ugyancsak a fent említett fórumon hangzott el a Pannon Egyetem közművelődési titkárának (2006) véleménye, miszerint az egyetem elszakadt a várostól. A közösségi létek leépülőben vannak. Más igényei vannak a fiataloknak, érdektelenebb a klasszikus kultúra iránt. Azonban rengeteg öntevékeny csoport működik az egyetemen. Kulturális téren működő csoportok is vannak: egyetemi színpad, énekkar, tánccsoportok, alkotókör, magyar nóta kör. A művelődési ház és a színház sokkal inkább klasszikusabb formáját kínálják a kultúrának, de a buli fontosabb a mai fiatalok számára. A közművelődési titkárság az öntevékeny csoportoknak ad teret. Zenei, filmes és egyéb programokat szerveznek, de ezekre alig mennek el a fiatalok. Problémát okoz már az is, hogy a programról tudomást szerezzen az egyetemista, például: előfordul, hogy a levelezőlistákon nem engedélyezik a hirdetést, vagy néha a Veszprémi Est sem ad pontos információt.

A fent említett véleményeket alátámasztja az Ifjúság2004 című kutatás is, mely a fiatalok kulturális fogyasztását, kultúrához való viszonyát vizsgálta országosan. Ebből többek között kiderült, hogy a fiatalok döntő többsége a szabadidejüket hétköznapiokon otthon, illetve barátaiknál töltik, és csak elenyésző hányaduk jár el kulturális intézményekbe. Kiderült a felmérésből az is, hogy a társasági-, a közösségi élet hiányzik, illetve alig merül fel ennek igénye. Szinte eltűnt az igényes társas cselekvés iránti vágy a fiatalok kulturális tevékenységéből.

Az Ifjúság2008 kutatás már frissebb képet ad a fiatalok szokásairól, ám ezek sem túl biztatóak. A könyvesbolt- és könyvtárlátogatás, a moziba illetve színházba járás, nem beszélve a múzeumok és kiállítások látogatásáról, a 2004-es arányokhoz képest lényegesen lecsökkent. Ez igaz a 20-24 éves és akár a 25-29 éves korcsoportra is. 2004-hez képest pedig még jobban növekedett azok aránya, akik a szabadidejüket otthon töltik. (Ifjúság2004 Gyorsjelentés, Ifjúság2008 Gyorsjelentés)

3.4. Veszprém gazdasága

A rendszerváltás utáni években Veszprém gazdasági helyzete romlott, számos nehézipari üzemét be kellett zárni. A munkanélküliségi ráta elérte, sőt meghaladta a 20%-ot. Ebben a nehéz helyzetben a legjobb megoldást az jelentette, ha új, tőkeerős vállalatoknak adnak helyet a városban. Ezeknek köszönhetően a munkanélküliség lecsökkent, lényegesen javult a foglalkoztatottság. Veszprém gazdaságát befolyásolta még a Veszprémi Egyetem szakképzés kínálatának bővülése is. A fiatal, képzett munkaerő közvetlenül a betelepült cégek rendelkezésére állhat, ami mindkét félnek kedvező. A végzett hallgatóknak lehetőségük nyílt arra, hogy nemzetközi vállalatoknál helyezkedjenek el, míg ezek a vállalatok nagyszámú, egyetemen tanult fiatal közül válogathatnak. (Wikipedia, Veszprém)

A város népessége az elmúlt évtizedben (2000-2010) jelentősen nőtt, ezt az emelkedést azonban az infrastruktúra szempontjából nem sikerült még teljes mértékben behozni. Az önkormányzatnak ebben a munkában a helyi vállalkozók és gazdasági társaságok nagy segítséget jelentenek. Összességében azonban Veszprém városát a dinamikus fejlődés jellemzi, és a város hosszú távú stratégiái között szerepel az, hogy a régióban élőknek és ide látogatóknak megfelelő és magas szintű infrastruktúrát és szolgáltatásokat nyújtson. (Veszprem.hu)

A Veszprém Megyei Önkormányzat 2007-2010 évekre szóló Gazdasági programjából kiderült, mennyivel csökkent az önkormányzat állami finanszírozása ez idő alatt, költségvetési bevételei az időszak végére már a fenntartás költségeit sem fedezték. Ennek ellenére azonban a megyei önkormányzat vagyona nem csökkent, köszönhetően az állami forrásokból megvalósuló beruházásoknak és pályázatoknak. A Megyei Önkormányzat költségvetés bevételeinek mintegy 20 %-a saját bevétel, 80 %-a átengedett állami adó és célhoz kötött állami hozzájárulás. Ebből látszik, hogy igen erős az államtól való függés, így ennek oldása érdekében az önkormányzat igyekszik a saját bevételeit növelni.

3.5. A város és az egyetem kapcsolata

2006-ban, Veszprém akkori alpolgármester, a Tudás Sziget, 7KÖZnap című fórumán (Tudás Sziget 2006b) a város és az egyetem között a kapcsolatot protokollárisnak látta. Szerinte csatornák vannak a város és az egyetem között, például: egyetemi civil szervezetek. A város támogatja ezeket a szervezeteket, cserébe jól működő, sikeres egyesületeket kap. Az egyetem egy tudásközpont, ahol a szellemi tőke koncentrálódik. Ezt a városnak jobban ki kellene

aknáznia az alpolgármester véleménye szerint. Például a döntés előkészítésekbe is be kellene vonni az egyetemet. A hallgatók is veszprémi városlakóknak számítanak, akiknek elvárásaik vannak a várossal szemben, és ez fordítva is igaz. A városnak nem szabad megfélemlenie speciális polgáraitól, vagyis az egyetemistákról, hiszen ettől lesz egyetemi város Veszprém.

A Pannon Egyetem akkori rektora is felszólalt ezen a fórumon. Szerinte az egyetem nagyon sokat változott pozitív irányba, és ennek a városra jó, valamint kevésbé kedvező hatásai is vannak. Pozitív hatásnak tekinthető, hogy néhány százmillió forintot elköltenek a hallgatók a városban, számos munkahelyet teremtenek ezáltal, pl. vendéglátóhelyeket. A multinacionális cégek a telephely választás során figyelembe veszik az itt lévő szellemi kapacitást, ami az összes szempont közül a harmadik az ilyen vállalatoknál. Negatívumok is vannak; az egyetemisták környezetszennyezést okoznak a városban, illetve nagy számuk miatt a közlekedést is megnehezítik. Összességében azonban a városnak és az egyetemnek is érdeke, hogy diplomásokat foglalkoztató munkahelyek jöjjenek létre, hiszen a diák, mikor egyetemet választ, a diploma megszerzése utáni elhelyezkedési lehetőségeket is figyelembe veszi. A város pedig akkor sikeres, ha a Pannon Egyetem sikeres. Fordítva pedig a Pannon Egyetem akkor sikeres, ha a város is sikeres. Három szint összefogása kell a kedvező eredmények eléréséhez: az önkormányzaté, a versenyszféráé és az egyetemé. Ilyen összefogásnak tekinthetők a közös projektek, megbeszélések. Hasznos lenne továbbá, ha a két fél összekapcsolná az informatikai hálózatukat, hogy a kommunikációs időt a lehető legrövidebbre csökkentsék.

A Hétköznapi c. fórumon a Veszprémi Egyetem Hallgatói Alapítványának (VEHA) akkori kuratóriumi elnöke is elmondta véleményét, miszerint tudatosítani kellene a városlakókban, hogy komoly finansziális következményei is vannak a hallgatók ittlétének, hiszen a több ezer egyetemista itt költi el a pénzét. Veszprémnek többet kell adnia a végzett egyetemistáknak, mint Budapest, vagy akár egy nyugatabbi város, hogy itt tartsa őket. A diplomások ugyanis abba az irányba fognak elindulni, amerre munkahely, illetve letelepedési lehetőség van. A város fejlődése nyilván függ attól, hogy az értelmiségiek - akik itt végeztek -, itt fektetik-e be a szellemi tőkéjüket.

A fórumon a Veszprém Megyei Jogú Város akkori ifjúsági és civil referense is hozzászólt a témához. Volt egyetemi hallgatóként az érem másik oldalát is ismerve úgy gondolta, valamiért az egyetemisták nem teljesen elégedettek a várossal és a városi lehetőségekkel. De hozzátette, hogy ezt ennél konkrétabban nem fogalmazták meg soha, mint ahogy azt sem,

hogy mi az, ami ténylegesen itt tartaná őket Veszprémben. A kommunikáció azon a ponton bukik meg, hogy nem ismerjük pontosan egymás elvárásait. Az egyetemisták nem tudják pontosan, hogy mit várhatnak, várhatnának el a várostól.

Nyilvánvaló, hogy a Veszprémben tanuló egyetemistáknak valóban van hatása a város gazdaságára. Ezek a diákok használják és fizetik a kollégiumokat, a városban vásárolják meg tankönyveiket, itt költenek élelemre, szórakozásra, sportra vagy akár elektronikai cikkekre. Nehéz megbecsülni azonban, hogy mennyit és mire költ egy egyetemista. Kutatásunk egyik fő célja, hogy erre választ kapjunk. Úgy becsüljük azonban, hogy a legnagyobb kiadás a szállásra, azaz a bérleti díjra, rezsi költségére megy el. Hasonlóan nagy kiadást jelent a havi étkezés és ruházkodás is. Nem titok az sem, hogy sokat járnak szórakozni a hallgatók, az azonban nem tisztázott, hogy egy szórakozóhelyen mennyit költenek el.

Többek között ez vezetett ahhoz, hogy kutatást végezzünk, és ismét megkérdezzük az érintetteket, városvezetést, egyetemet és a veszprémi szolgáltatókat, cégeket.

4. Kutatásmódszertan (Hidvégi Mónika, Kőhalmi Aletta)

4.1. A kutatás célja

Kutatásunk célja az, hogy a lehető legátfogóbb képet alkossuk meg a Pannon Egyetem hallgatóinak Veszprémre kifejtett gazdasági hatásáról, fogyasztói magatartásukról, igényeikről, lehetőségeikről stb. Az alapos kutatás érdekében mind kvalitatív (interjú) mind kvantitatív (kérdőív) módszert használtunk.

4.2. Kutatás módszer

4.2.1. A kiválasztott módszer: Interjú

A szóbeli megkérdezés, tehát a kulcsemberekkel folytatott interjúbeszélgetés volt a legmegfelelőbb választás arra, hogy adatokat, véleményeket gyűjtsünk a témánkkal kapcsolatban. Egyes esetekben azonban előfordult, hogy a személyes megkérdezés nem sikerült, de az internet segítségével ezt az akadályt is kiküszöböltük.

Személyes interjúink során előre megfogalmazott kérdésekkel, irányított beszélgetést folytattunk az interjúalanyokkal. Egy ilyen beszélgetés során lehetőség nyílik arra, hogy a kérdezett bővebben kifejthesse mondanivalóját, meglátásait, akár történeteket is elmesélhet tapasztalatairól. Azonban negatívuma egy ilyen személyes találkozásonak, hogy nyilván mindegyik félnek egyszerre kell ráérnie, és időt, energiát szánnia a másikra. Az ilyen egyeztetés azonban sokszor nehézségekbe ütközik.

Online interjút ajánlottunk fel azok számára, akikkel a személyes találkozót nem tudtuk megbeszélni. Ekkor e-mailben elküldtük a kérdéseinket az illetőnek, aki kitöltve visszaküldte véleményeit. Ennek a fajta interjúnak előnye az, hogy lecsökkenti a félreértések lehetőségeit, és akkor válaszol a kérdezett, amikor ráér, kedve van hozzá stb. Hátránya azonban, hogy a felmerülő újabb kérdések itt hiányoznak, illetve nincs visszakérdezés – visszacsatolás.

4.2.2. Interjúalanyok kiválasztása

Választ szerettünk volna kapni a kutatásunkkal kapcsolatos kérdéseinkre városi és egyetemi nézőpontból is. Ilyen alapon célzottan választottuk ki és kerestük fel interjúalanyainkat, hogy minél jobban megismerhessük a felek véleményét a témánkkal kapcsolatban. Természetesen beleegyező nyilatkozatot is aláírtunk az alanyokkal. (V. Melléklet) Két olyan alanyt is választottunk, akik a Tudás Sziget (2006) fórumán is felszólaltak, így az akkori és a jelenlegi helyzetről alkotott véleményüket össze tudjuk hasonlítani. Az alábbi táblázatban e két alany titulusának változását szemléltetjük. (1. sz. táblázat)

1. sz. táblázat: Táblázat a 2006-2011 es pozíciókról

2006	2011
Pannon Egyetem rektora	Egyetem Szervezési és Vezetési Tanszékének egyetemi tanára, volt rektor
Veszprém alpolgármestere	Veszprém polgármestere

4.2.3. Kiválasztott módszer: Kérdőív

Online kérdőívet készítettünk a Pannon Egyetem hallgatói számára, melyet levelezőlistákon, közösségi oldalakon és egyéb elektronikus úton terjesztettünk. Ez volt a legmegfelelőbb választás, hiszen a válaszadók bármikor időt szakíthattak a kitöltésre. Igen nagyszámú értékelhető válasz érkezett, ugyanis be lehetett állítani, hogy melyik kérdésre kötelező a válasz, s ha nem töltötték ki, nem engedte tovább őket a rendszer. A GoogleDocs rendszerét használtuk, ami biztosította az anonimitást. Az online kérdőív nekünk is megkönnyítette a munkánkat, hiszen éjjel- nappal működött, hónapokon keresztül. Excel formátumban bármikor letölthettük a meglévő adatokat.

Negatívumként csak az hozható fel, hogy a személyes megkérdezéssel szemben itt nem volt lehetőségük a válaszolóknak a kiegészítő megjegyzésekre, ötletre, legfeljebb a kifejtős kérdéseknél. Valamint azoknál a kérdéseknél, ahol pénzüsszegek közül kellett választaniuk a kitöltőknek, nem lehetett elég árnyalt képet kapni, hiszen csak meghatározott kategóriákból választhattak.

III. RÉSZ - Kutatás bemutatása (Kőhalmi Aletta)

1. Vélemények a kutatásról

Elsőként azt szeretnénk volna megtudni, hogy a város, illetve az egyetem szemszögéből nézve mennyire találják hasznosnak felmérésünket. A következőkben bemutatjuk, hogy interjúalanyaink milyen véleménnyel voltak kutatásunkról.

A Pannon Egyetem volt rektora, jelenleg a Szervezési és Vezetési Tanszék egyetemi tanára szerint hasznos a felmérés, mivel ez segíti mindenkinek a tisztánlátását. *„Ez valójában egy hatástanulmány, hogy mit okoz több ezer egyetemista egy 60-70 ezer lakosú városban: természetesen óriási változást.”*

Veszprém polgármestere szerint is fontos ez a kutatás. *„Én amióta bármilyen szinten is politizáltam, ez mindig nagy kérdés volt, hogy mit kezd egy 60 000 fős város egy 7000 fős egyetemista közönséggel. Ez nyilvánvalóan sok konfliktussal is jár, de számos lehetőséggel is, amit nem biztos, hogy kihasználunk. Tehát mindenképpen szükséges a felmérés.”*

Wéber László, önkormányzati képviselő, Igazgatási és Ügyrendi Bizottság elnöke (2006-2010), kérdésünkre ezt válaszolta: *„Meggyőződésem, hogy a veszprémi közvélemény, nemkülönben a helyi döntéshozók sokszor sztereotip vélekedéseikre alapozzák az egyetemi hallgatók Veszprémre gyakorolt hatását, legyen szó a kulturális életről, vagy akár a gazdasági hatásokról.”* Wéber László szerint sajnos gyakorlattá vált a véleményekre alapuló, illetve egyes véleményvezérek állításaira épülő universitas-policy képviselete, ami nem nélkülözi az egyéni, személyes érdekek jelentős befolyásoló hatását. Mindezek alapján fontos, hogy empirikus alapokon nyugvó elemzések, értékelések lássanak napvilágot, lehetőleg folyamatosan.

2. Felmérés előzményei

Arra is szeretnénk volna választ kapni, hogy készült-e már hasonló kutatás Veszprémben, és ha igen, milyen eredménnyel zárult.

A volt rektor és a polgármester elmondták, hogy a 2000-es évek elején készült egy nagy ifjúság kutatás. A polgármester úr kiemelte, hogy ebben a felmérésben azonban nem volt speciálisan az egyetemistákra vonatkozó szűrő. Terveik szerint azonban az Ifjúság2000 nevű országos kutatáshoz hasonlóan most is lesz Ifjúság2012. Ezzel lehetősége van a városnak,

hogy külön megmérje a helyi fiatalok élethelyzetét, igényeit, de az még nincs a tervek közt, hogy az egyetemistákat külön is vizsgálják.

Wéber László korábbi felmérésről nem tud, de elmondása szerint rendszeresen megjelennek az önkormányzat fejlesztési dokumentumaiban adatok a hallgatóság gazdasági hatásai tekintetében.

Dr. Lőrincz Katalin, a Tourinform Veszprém irodavezetője elmondta; *„Mi is készítettünk egy nagy imázs kutatást, mivel Veszprém turisztikai célpont is, és arra a kérdésre, hogy „Mi jut eszébe Veszprémről?”, nem nagyon jött elő az egyetem. Sokkal inkább az MKB Veszprém csapata stb.”* Bár egyetemi város Veszprém, Dr. Lőrincz Katalin mégis úgy gondolja, hogy azért ez is egy indikátor, hogy a legtöbb ember szemében még mindig nem eléggé egyetemi a város.

3. A Pannon Egyetem hallgatóinak szolgáltatás igényei

Megkérdeztünk egyetemi, önkormányzati tagokat, piaci szereplőket arról, szerintük mennyire felelnek meg a jelenlegi veszprémi szolgáltatások az egyetemisták elvárásainak, illetve mennyire ismerik az egyetemisták igényeit a szolgáltatók, és ezeket mennyire tudják kielégíteni. A válaszadókat két fő csoportba különítettük el: városi és egyetemi szemszögből ismerhetjük meg véleményüket.

3.1. A város szemszögéből

A polgármester szerint hajlamosak vagyunk kategóriákat kitalálni, pedig nincsen olyan, hogy tipikus egyetemista. Ahány egyetemista van, annyi féle igény is. Feltehetőleg bizonyos hallgatói elvárások azonosak az átlag veszprémi polgárokéval, példa erre az uszoda, fürdő: *„Bármilyen kutatást végzünk, mindig kiderül, hogy az átlag veszpréminek az uszoda, fürdő hiányzik a legjobban a városban. Nem csoda, hogy ha az egyetemisták is ezt hiányolják.”*

Wéber László a „város” jelentését itt mindenképpen szükségesnek tartotta kétféleképpen definiálni. A város, mint privát gazdasági környezet az alapvető szükségletek kielégítésében vállalhat és vállal szerepet (lakhatás, közlekedés, szabadidő-eltöltés, kereskedelmi és részben egészségügyi szolgáltatások, stb.). Egészen biztos, hogy ezek a szolgáltatások csak részben képesek megfelelni az egyetemisták által támasztott igényeknek (ha csak arra gondolunk,

hogy a több évtizedes egyetemi működés ideje alatt sem jött létre egy, kifejezetten az egyetemistákra specializálódott helyi kedvezmény vagy loyalty rendszer). Wéber szerint a város másik értelmezése ebben a vonatkozási rendszerben az önkormányzat, mint a helyi közösség érdekeinek képviselőjét ellátó szervezet. Miközben a városnak elemei érdeke a jól és magasán képzett szakemberek jelenléte, addig évről évre szemrebbenés nélkül hagyja a végzősöket távozni a városból az önkormányzat. Nem jött létre a meghatározó gazdasági társaságokkal közösen kialakított stratégia a hallgatók munkaerő-piaci integrációjára, nem épültek „fecskeházak”, amivel a veszprémi letelepedést lehetne támogatni, nem hozott létre az önkormányzat helyi kutatási alapot (a gazdasági társaságok által befizetett helyi iparűzési adó 1%-a már érdemi forrás lehetne). Úgy gondolja, hogy érdemes egy pillanatra elgondolkodni azon is, hogy az önkormányzati döntésekkor ki képviseli az egyetemisták érdekeit. A választott képviselőket a helyi lakosok küldik a testületbe, hisz az egyetemisták többsége nem itt szavaz.

Dr. Lőrincz Katalin az egyetemen is tanít, így sok diákkal beszélget, ismeri az igényeiket. Az a tapasztalata, hogy az egyetemisták nem ismerik Veszprémet. Példaként említette, hogy a harmadéves diákok közül 10-ből 8-an nem jártak még a Mackó cukrászdában. Szerinte ez egy általános jelenség Magyarországon, hogy az egyetem az átlag egyetemistának keddtől csütörtökig tart, ebbe az intervallumba bezúfolják az óráikat, tanulnak, buliznak. Van néhány kiemelt hely ahova eljárnak, de egyéb helyekre nem nagyon mennek. Ezenkívül van egy szolgáltatási kör, mint a DiákCentrum (DC), fénymásolás, boltok és a McDonalds stb. ahova eljárnak a hallgatók, tehát van egy „útvonal”, amit akár térképen is be lehetne jelölni. Ezen kívül azonban nem ismerik a várost, annak ellenére, hogy a nyugatabbi egyetemi városokhoz képest nem olyan nagy Veszprém. Megdöbbenő még, hogy az itteni ingyenes rendezvényeken sem vesznek részt az egyetemisták. Nagyon sok múlik a város nyitottságán is. Szerinte a tömegközlekedés sem megfelelő; Veszprém elérése vonaton, buszon. Ezen kívül hiányzik valamilyen ingyenes közösségi tér is. Sport területén is gyengének érzi a várost, elavultak az intézmények, pedig kellene, hogy többet sportoljanak a diákok. Hallgatóbarátibbá lehetne tenni az egyetemisták környezetét, ha például a konkrét egyetemi városon belül nagy zöld parkok lennének, csökkentett autóforgalommal. Jó lenne, ha a hallgatók a parkban tanulhatnának, beszélgethetnének jó időben. De itt Veszprémben sajnos a két egyetemi rész közé ékelődik egy családi házas övezet, ami ezt a lehetőséget megakadályozza.

Az egyik veszprémi sörözőben dolgozók szeretik az egyetemista vendégeket. Ők elsősorban az áraikkal próbálnak megfelelni a hallgatóknak, hiszen nem létezne ez a szórakozóhely egyetemisták nélkül.

Egy másik veszprémi szórakozóhely dolgozója szerint a hely nagyban függ az egyetemistáktól, mivel a vendégek számottevő hányadát ők adják. Szeretnék egyetemista szórakozóhellyé tenni ezt a helyet. Már csak azért is, mert mind a Dj-k, mind az üzemeltetők kötődnek a Pannon Egyetemhez, így ez szívügyük. Programjaik egy részét is az egyetemi történetekhez igazítják.

3.2. Az egyetem szemszögéből

A volt rektor elárulta, hogy már évekkel ezelőtt is érdekelte a vezetést a hallgatók véleménye. Amikor a hallgatói létszám ennyire drámaian megnőtt, és szükség volt kollégiumok építésére, bérelésére, akkor a Magister és a Központi kollégium újjá építése során kérdőíves megkérdezés is volt annak tekintetében, hogy a hallgatóknak milyen igényei vannak (pl. a kollégiumi szobák kialakításával, berendezésével kapcsolatban). A jelenlegi helyzetet tekintve elmondható, hogy a kollégiumok környékén nagy számban lehet látni kocsmákat, pizzériákat, egyéb vendéglátó egységeket. A Szervezési és Vezetési Tanszék egyetemi tanára úgy gondolja, ha az A és a B épület előtt felszámolnák a parkolót, és parkosítanák a teret, akkor barátságos, szép környezetet lehetne teremteni a hallgatóknak. Be kell látni, ha az egyetem épül, az jó a városnak, és fordítva is igaz ez.

Viszont hiányzik Veszprémből a karriermentozmentet támogató szolgáltatás, ezt kellene még fejleszteni. Ez ugyanis csak nyomaiban található meg itt (pl. állásbörzék). A fejdadász cégek adatbázisába való bekerülést pedig kívülről is támogatni kellene.

A Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karának marketingvezetője szerint nagyon gyorsan változnak az igények és az elvárások, de az biztos, hogy a szórakozóhelyek javát az egyetemisták tartják fenn.

A Várfok Alapítvány irodavezetője szerint a szolgáltatások teljesen jól ellátják az egyetemisták igényeit, azonban az információ sokszor elakad, és ezért panaszkodnak a fiatalok, hogy „nincs ez vagy az”. Holott léteznek a szolgáltatások, csak nem tudnak róla, vagy nem a „100 méteres” környezetükben található. Közösségi tereknek híján van a város, az egyetem is. Az új típusú kollégium kialakulásával a régi közösségek, közösségi terek

megszűntek, és a helyükbe nem léptek újak. Elsősorban finanszírozási okai vannak, illetve, hogy nincs, aki foglalkozzon ezzel a kérdéssel.

4. Együttműködési kapcsolat az egyetem és város között

A Pannon Egyetem és a város közötti kapcsolat, gazdasági együttműködés jelenlegi helyzetére illetve a jövőbeli tervekre is rákérdeztünk interjúink során. Megérdeklődtünk, várható-e szorosabb együttműködés vagy esetleg egy közös projekt.

A polgármester úr jónak tartja a kapcsolatot a két fél között. 2011. szeptember 28-án hozott létre egy sokkal szorosabb együttműködést a város és az egyetem, ahol az egyetemi szenátus és a városi közgyűlés együttes ülést tart. Ez az intenzív kapcsolat az országban egyedülálló, hiszen ezen a szinten összehangolják a fejlesztési elképелéseiket, díjat alapítanak. Intézményesen is közelítenek egymáshoz a felek, hiszen bizonyos döntési kompetenciákat bíznak egy olyan fórumra, ami a szenátus és a városi közgyűlés felett van. A polgármester úr elárulta, hogy ebben a Hallgatói Önkormányzat is mandátumot kap, hiszen az egyetemi polgárságnak is napi kapcsolata van a várossal, nem lehet őket máshogy kezelni és fontos az, hogy ilyen magas fórumon is megjelenjen a hallgatók véleménye.

Wéber László két példát is említett a közös projektekre, amelyek egyszerre célozzák az egyetem és a gazdaság fejlesztését is. Egyik ilyen együttműködés az Ökopolisz. Másik példa az önkormányzat és az egyetem közös alapításával (1997-től) működő Veszprémi Regionális Innovációs Centrum Nkft.

Nagy az egymásra utaltság, hiszen a város sikerétől függ az egyetem sikere, és fordítva. Változatosnak mondható a kapcsolat a két fél között a Pannon Egyetem volt rektora szerint.

5. Egyetemi társadalom hatása Veszprém gazdaságára

Az alábbiakban arra válaszoltak interjúalanyaink, hogy vajon mennyiben befolyásolja Veszprém gazdaságát az egyetemi társadalom, illetve véleményük szerint mekkora bevételt jelentenek éves szinten a Pannon Egyetem polgárai és ezt hogyan lehetne maximalizálni?

A polgármester véleménye szerint, ahol az egyetemisták megjelennek, ott mindenhol érződik a hatásuk, pl: lakáspiacon. Így a körülbelül 7-8000 veszprémi egyetemista fogyasztása biztosan nagymértékben befolyásolja a város gazdaságát. Számos üzlet tud működni a

hallgatók nagy száma és közelsége miatt. A város gazdaságát ez a fogyasztás az adókon keresztül befolyásolja. Ilyen adó például a forgalom utáni adó, azaz tulajdonképpen a helyi iparüzési adó, amit bizonyos mennyiségű nyereség után kell fizetni. Az építményadót pedig az épület után kell fizetni. Ezek mellett, ha közterületet is használ valaki, iparüzés szempontjából, (például ha egy kávézó kitelepül) akkor ez után is fizetni kell az önkormányzatnak. Ez mind bevétel. Plusz bevételt jelent az is, ha például egy vendéglátó egységnek több alkalmazottja is van, mert ilyenkor a dolgozók után befizetett személyi jövedelemadóból is visszajut az önkormányzatnak. Tehát közvetlen pénzügyi haszonnal is jár az, ha minél több foglalkoztatott van.

Az egyetem leköszönt rektora szerint az étkezés, a szállás, eszközök a tanuláshoz és a szórakozás rengeteg pénzt jelentenek, és ezt a hallgatók mind itt költik el Veszprémben. Ebből kiindulva az egyetemisták gazdasági hatását tekintve százmilliós nagyságrendekről lehet szó, szolid számítással is.

Az egyik legnagyobb munkáltató Veszprémben az egyetem, így nagy hatása van a város gazdaságára. *„Az itt tanuló hallgatók jelentős fogyasztói potenciállal rendelkeznek, így jelentős forgalmat is generálnak”* – válaszolta Wéber László a kérdésünkre. Szerinte az egyetemisták jelenléte nem csak az egyetemi alkalmazotti körben, hanem a gazdasági társaságoknál is munkahelyteremtő hatású. *„Becslések szerint 5-10 Mrd Ft közötti összeget költenek el évente Veszprémben az egyetemisták. Ez a város költségvetésének 1/5-e, 1/3-a. Az önkormányzat mintegy 2500 alkalmazottjának az éves bérköltsége közel 7 Mrd Ft. Ezek az adatok azt sejtetik, hogy családok ezrei életét képes befolyásolni az egyetemi társadalom”*.

Dr. Lőrincz Katalin elmondta, hogy sok veszprémi vállalkozás alkalmaz gyakornokokat, és utána foglalkoztat itt végzett embereket, tehát a munkaerő szempontjából befolyásolhatja a város gazdaságát az egyetemi társadalom. *„Ezen kívül pedig nagyon sok pénz ott marad szerintem a lakosságnál, az albérletekből és az egyéb szolgáltatásokból. Továbbá sok pénz ott marad az orvosoknál, vendéglősöknél, boltokban.”* Tehát a belvárosban sem lenne ennyi bolt, ha nem lennének egyetemisták. Végül meg kell említeni, hogy az egyetem, mint nagy munkáltató is jelen van, nem csak a diákok, de az alkalmazottak is itt költenek, fizetnek személyi jövedelemadót.

6. Társadalmi megítélés

Az egyetemisták gazdasági hatása mellett rákérdeztünk arra is, hogy mennyiben befolyásolhatja Veszprém társadalmi megítélését az egyetem. Vajon mit jelent egy városnak az, hogy egyben egyetemi város is? Milyen a kapcsolat a veszprémi polgárok és a hallgatók között, és milyen előnyök és hátrányok származnak abból, hogy több ezer hallgató él a városban?

Veszprém polgármestere szerint presztízs a városnak, hogy a Pannon Egyetem itt van, és ki lehet írni a városba érkező turistáknak, hogy Veszprém egy Egyetemi Város. Ennek a városnak mindig is a hagyományaihoz hozzátartozott a képzés, az oktatás. Sok területen előnyt jelent, hogy van egy egyetem itt. Negatívumot is meg kell említeni, hiszen nyilvánvalóan egy egyetemista teljesen más ritmusban éli a mindennapjait, mint egy átlag veszprémi család, ebből adódóan pedig vannak konfliktusok.

„A Veszprém TV-n van az Egyetem TV, ami remek lehetőség arra, hogy egy kicsit beelássunk egymás életébe. Jó megoldás lenne az is, ha a Veszprémi7Nap-ban is valamilyen mellékletet az egyetemisták szerkeszthetnének. Akkor lehet, hogy az egyetemista is elolvashatná, hogy mi történik a városban, és a város lakói sem csak a helyi hírekről értesülnének, hanem az egyetemi hírekről is tudomást szereznének.” - mondta a veszprémi polgármester.

„Vitathatatlan, hogy itt komoly szellemi potenciál van” mondta a volt rektor. Egy város presztízsét, arculatát az ott élő (országos hírvű) emberek jelentős mértékben befolyásolják. A jó városvezetés pedig az egyetem presztízsét emeli. Nem véletlen, hogy egy megyei jogú város Magyarországon törekedett arra, hogy főiskolája vagy egyeteme legyen. Ha ebből nem lett volna haszna, presztízspítő hatása a városnak, akkor miért törekedtek volna erre?

Wéber László úgy tapasztalja, hogy ma már alapadottságnak tekintik a megyei jogú városok, megyeszékhelyek tekintetében a felsőoktatási intézmények jelenlétét. Tehát ez minimum elvárás. *„Úgy gondolom, hogy az egyetem teljesítményei azok, amik a befogadó város társadalmi megítélését javíthatják. Véleményem szerint Veszprém országos megítélésében ma kevésbé játszik szerepet az egyetem, mint a kultúra (Veszprémfest, Utcazene) vagy a sport (MKB Veszprém), illetve a gazdasági társaságok (Algida, Continental).”*

Dr. Lőrincz Katalin a társadalmi megítélés tekintetében úgy véli, a magyarok sokszor csak a negatívumokat látják, tehát hogy az egyetemisták itt randalíroznak az utcán, rongálnak és hangoskodnak. Pedig látni kell, hogy a sok kellemetlenség mellett rengeteg pozitívuma is van az egyetemnek. De ezt azért a legtöbb ember belátja, hiszen ki tudják adni a lakásukat, náluk

vásárolnak, vagy egyetemisták korrepetálják a gyereket például. Ez utóbbiak mind pozitívumok.

7. Kultúra - Alapítványok, ifjúsági szervezetek

Fontosnak tartottuk megkérdezni, milyen kulturális események, helyszínek állnak az egyetemisták rendelkezésére, illetve ezeket látogatják-e a hallgatók. A kultúra témakör mellett kíváncsiak voltunk arra is, hogy vajon mennyire hasznosak, szükségesek, sikeresek az egyetemisták számára (vagy a hallgatók által) létrejött szervezetek, alapítványok

A város polgármestere elmondta, hogy Veszprémben nagyon intenzív a klubélet, hetente többször is van élőzenés fellépés, de klasszikus nagy diszkó nincs. Kérdés, hogy az egyetemisták kocsmázni szeretnek és beszélgetni, vagy inkább diszkóba járni. Viszont amit az önkormányzati intézményrendszer tud kínálni, az nem kifejezetten a fiatal korosztálynak szól. A városi művelődési központok és a város által biztosított kulturális események nem feltétlenül a helyi fiataloknak, egyetemistáknak, középiskolásoknak szólnak, és nem is szívesen mennek be. *„Azonban ezt az intézményrendszert tudjuk csak biztosítani, ahol viszont csak elvétve lehet fiatalokkal találkozni.”* A polgármester elárulta, hogy lesz egy nagy fejlesztés a városban: a Séd mozi a Belvárosi Rehabilitációnak része lesz, és itt lesz egy „Kultúr pláza”, korszerű színházteremmel. Ennek az épületnek az alagsora pedig háromszorosára fog bővülni, így az itt üzemelő Expresszó kávézó nem csak este, hanem már kora délután is nyitva lenne a fiatalok számára.

A polgármester úr elmondta még, hogy a diákok szerveződéseit, civil szervezeteket a városban rendelkezésre álló civil kerettel tudják támogatni. Erre pályáznak az egyetemen működő civil szervezetek és kapnak is támogatást. Kiemelte a Várfok Alapítvány munkáját, amit annyira jónak tartanak, hogy kötöttek velük egy együttműködési szerződést, így ők látják el az ifjúsági feladatokat a városban.

A Tourinform Veszprém irodavezetője szerint kultúra területén megfelelő a színvonal Veszprémben. Van 3 színház, sok modern kiállítás és eléggé sokoldalú az éttermi –, vendéglátó kínálat. A veszprémi rendezvények azonban általában hétvégén vannak, amikor a legtöbb hallgató hazautazik, így nem igazán látogatnak el az ilyen alkalmakra. A jelenlegi fiatal generációról elmondható, hogy gyakorlatilag a mai modern médiumok rabságában él nagyrészt. Kevésbé találkozik a barátaival, inkább chat-el, telefonál. A pénz nagy részét telefonra, internetre stb. költi. Ez nem csak Magyarországra igaz.

8. Végzett hallgatók helyzete a városban

Interjúnk végén a végzett hallgatók helyzetéről, kilátásairól kérdeztünk. Milyen lehetőségei vannak egy frissen diplomázottnak arra, hogy Veszprémben munkát találjon, letelepedjen? Hogyan lehetne a végzett hallgatókat a városban tartani?

„Egy önkormányzatnak minimálisak az eszközei arra, hogy a végzett hallgatókat itt tartsa.” – árulta el a veszprémi polgármester. „Közvetett lehetőségek vannak. Próbálunk azon dolgozni, hogy azok a cégek, akik itt vannak Veszprémben, és alkalmasak arra, hogy felvegyék a frissen végzett egyetemistákat, azok erősek legyenek, és legyen lehetőségük munkaerőt alkalmazni. Gyakorlatilag csak annyit tudunk tenni, hogy igyekszünk olyan környezetet kialakítani, hogy a vállalkozások gyarapodjanak, illetve akik már itt vannak a városban, azok stabilan működjenek.”

Az egyetem Szervezési és Vezetési Tanszékének egyetemi tanára, egyben volt rektora, szerint meghatározó, hogy az egyetem környezetében mennyi diplomás munkahely keletkezik és nyilván ez az egyetem versenyképességét is befolyásoló tényező. A végzett hallgatók álláskeresői lehetőségei szoros összefüggésben vannak az egyetemi várost övező körgyűrű gazdagságával. Ilyen szempontból a veszprémi körgyűrű szegényes, kevés diplomást vesz fel. Ehhez képest a győri vagy a székesfehérvári körgyűrű gazdagabb, több lehetőséget tud biztosítani. Az önkormányzatnak lenne esetleg lehetősége arra, hogy cégeket „csalogasson” ide, hogy azok ide települjenek, hiszen még sok kiadó telek van a veszprémi körgyűrűn. Egy régió sikereit általában három tényező összefogása eredményezi: a verseny-, az önkormányzati- és az akadémiai szféra. A versenyszféra generálja a munkahelyeket, az önkormányzati szféra biztosítja ehhez a megfelelő feltételeket (adórendszer, csatornázás, közművesített telkek), az egyetem pedig az ehhez szükséges tudást és a szakembereket biztosítja. Ahol ez a három dolog komoly egységben van, ott a régiók fejlődnek.

IV. RÉSZ - Online kérdőív a Pannon Egyetem hallgatói körében (Hidvégi Mónika, Kőhalmi Aletta)

1. Hipotézis

Feltételeztük, hogy a több ezer egyetemi hallgató jelentős mértékben befolyásolja Veszprém gazdaságát, illetve társadalmát. Úgy véltük, hogy az egyetemisták leginkább az úgynevezett „Egyetemváros” területén, a Pannon Egyetem környezetében élnek, fogyasztanak, és egyéni életvitelükkel felpozícionálják a város kulturális és gazdasági életét.

2. A kérdőív célja

Kutatásunk során 813 Pannon egyetemi hallgató töltötte ki online a kérdőívünket, melyből összesen 807 értékelhető válasz érkezett. A célunk az volt, hogy az egyetemisták fogyasztási struktúráját feltérképezzük, illetve ezek gazdasági vetületeit megvizsgáljuk. Rákérdeztünk a hallgatók általános demográfiai adataira, bevételi forrásaira, költsékezési szokásaira, főbb termék – illetve szolgáltatásköreire. Kértük a kitöltőket, fejtsék ki véleményüket arról, milyen szolgáltatást hiányolnak a városból, illetve mely boltokban és vendéglátó egységekben költenek leggyakrabban, valamint ezek okait részletezzék.

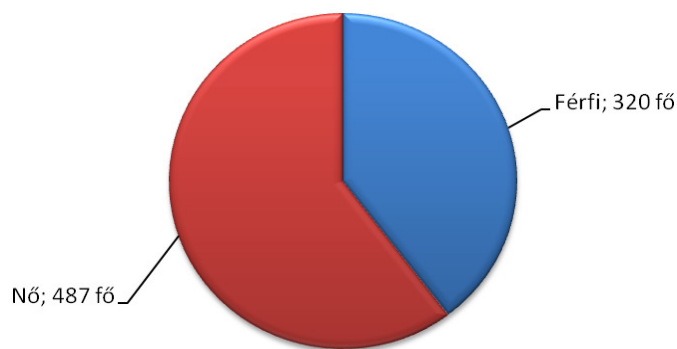
A teljes kérdőív a VI. Mellékletben található.

3. Kérdőív kielemezése

3.1. Demográfiai adatok részletezése

3.1.1. Nemek eloszlása a kitöltők között:

Összesen 487 nő (kitöltők 60%-a) és 320 férfi (kitöltők 40%-a) töltötte ki a kérdőívet. Szembetűnően többen vannak a női hallgatók, ez arra enged következtetni, hogy egyre több fiatal nő dönt úgy, hogy a felsőoktatásban folytatja tanulmányait. (1. ábra)

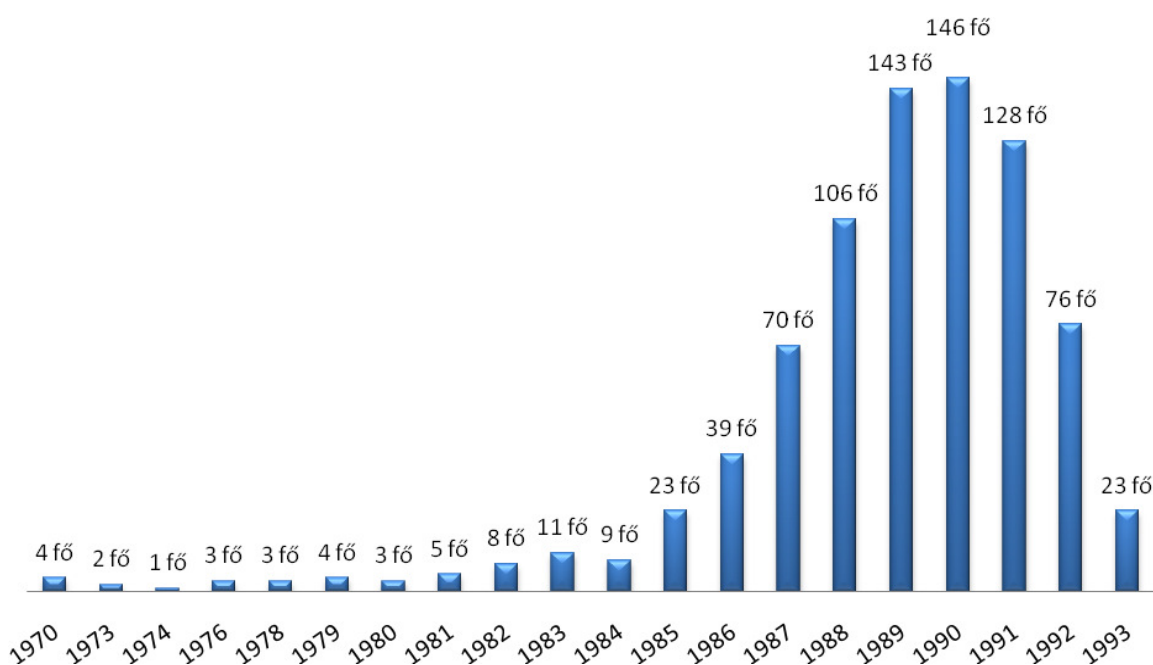


1. ábra Nemek eloszlása a megkérdezettek között

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

3.1.2. Születési adatok:

Az alábbi diagramról leolvasható, hogy a leggyakoribb a 20 éves korosztály, akik 1989-1990-1991-ben születtek. A válaszolók 18%-a 1990-ben született, így ők vannak a legtöbben a kérdőívet kitöltők között. Ezekből az adatokból valószínűsíthető, hogy a jelenlegi hallgatók a középiskola / gimnázium elvégezte után rövid időn belül jelentkeznek egyetemi oktatásba. (2. ábra)



2. ábra: Születési évek eloszlása a kitöltők között

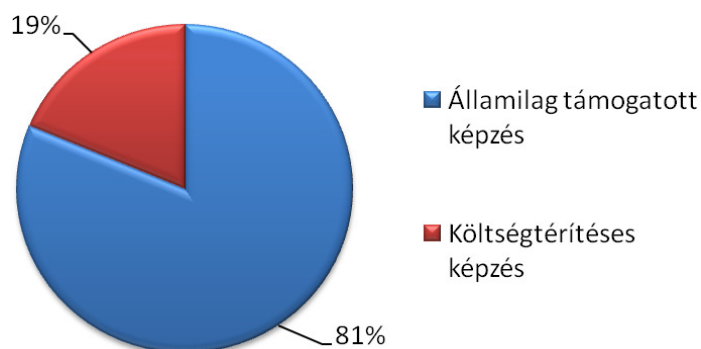
Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

3.2. Egyetemi képzéssel kapcsolatos adatok

3.2.1. Finanszírozási forma:

A hallgatók túlnyomó része állami támogatásban részesül, ez abból is látszik, hogy a válaszadók 81%-a (656 fő) államilag támogatott finanszírozási formában folytatja tanulmányait, míg a fennmaradó 19% (csak 151 fő) költségtérítéssel képzésen.

Az alábbi diagramon ezen adatokat ábrázoljuk. (3. ábra)

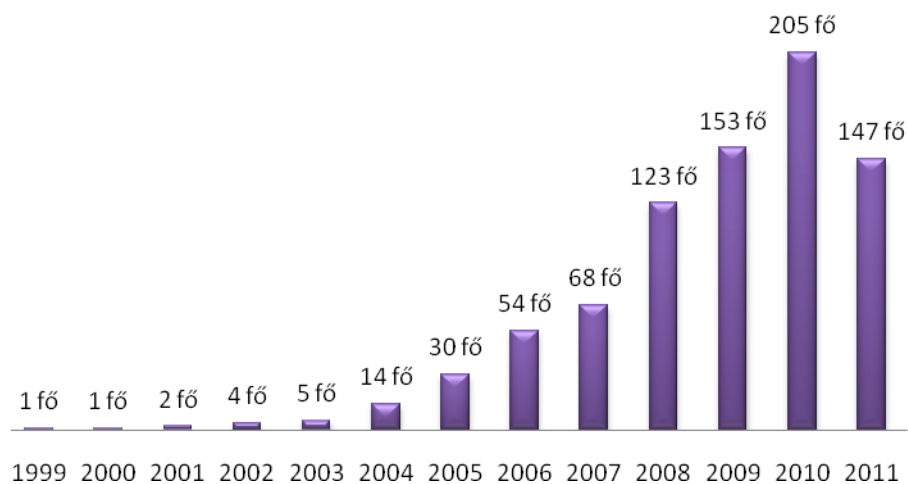


3. ábra: Finanszírozási formák eloszlása a kitöltők között

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

3.2.2. Egyetemi tanulmányok megkezdésének éve:

Az alábbi ábráról jól leolvasható, hogy viszonylag sok kitöltő már több mint 5 éve hallgatói jogviszonyban áll az egyetemmel. Ebből arra lehet következtetni, hogy ezek a hallgatók legalább ennyi ideje Veszprémben fogyasztanak és költenek. Szembetűnő, hogy a diagram a 2010-es évnél csúcsosodik ki, azaz a legtöbb kitöltő jelenleg másodéves. (4. ábra)

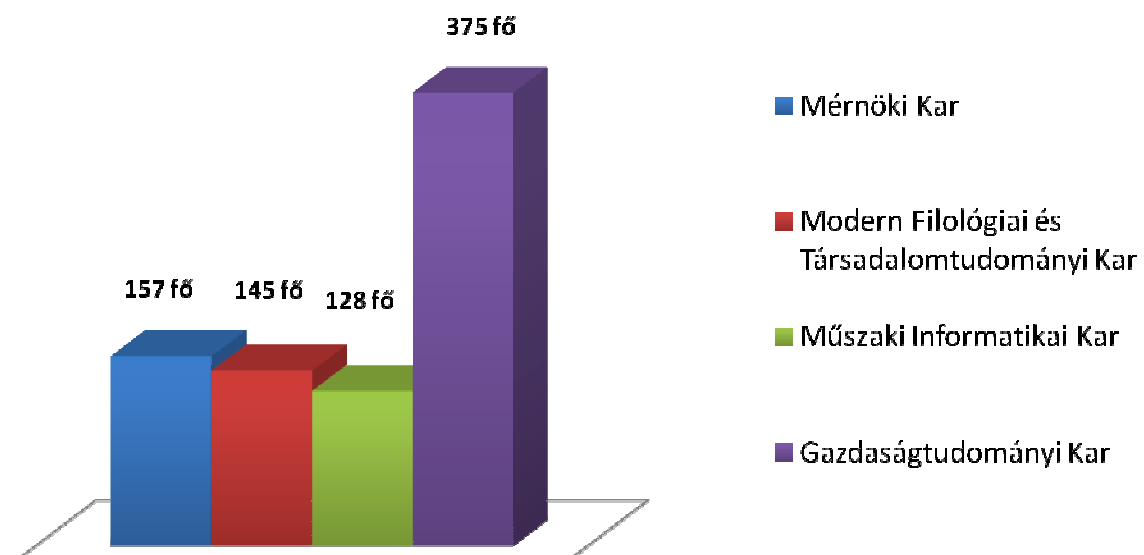


4. ábra: Egyetemi tanulmányok megkezdésének éve a kitöltők között

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

3.2.3. Karok eloszlása:

A Mérnöki Karról (157 fő), a Modern Filológiai és Társadalomtudományi Karról (145 fő) és a Műszaki Informatikai Karról (128 fő) közel azonos számú hallgató töltötte ki a kérdőívünket, míg a Gazdaságtudományi Karról kiemelkedően sok válasz érkezett (375 fő). A válaszolók közül még 2 fő felnőttképzésben tanul. (5.ábra)

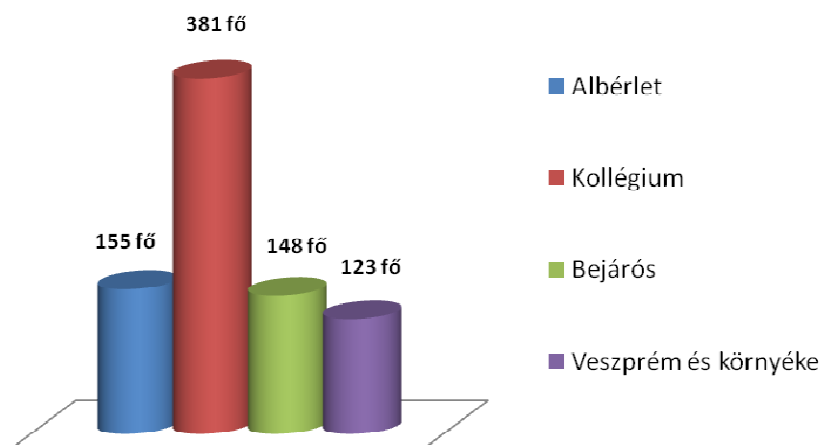


5. ábra: Karok eloszlása a kitöltők között

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

3.2.4. Tartózkodás a szorgalmi időszakban:

Kérdőívünkben kíváncsiak voltak arra, hogy a hallgatók hol laknak az egyetemi évek alatt. A kitöltők 47%-a – azaz majdnem minden második válaszadó – kollégiumban él a szorgalmi időszakban. A fennmaradó lehetőségek közül 19% választotta az albérletet, 18% bejárós és 16% Veszprém és környékén él. (6. ábra)



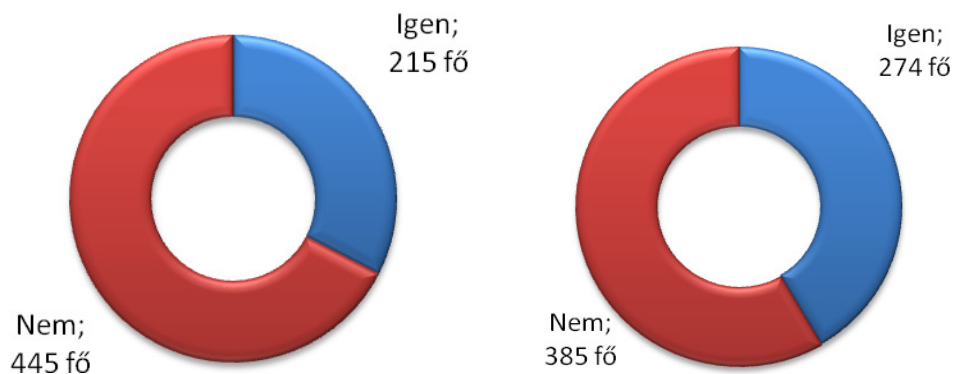
6. ábra: Tartózkodás a szorgalmi időszakban

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

3.3. Bevételi források

3.3.1. Ösztöndíjak:

A külön juttatások jelentős jövedelemforrást biztosítanak az egyetemisták számára, amikre többféle módon is jogosultak lehetnek. Ezt az összeget akár a városban is elkölthetik. 2010/11 tavaszi félévben a mostani elsőévesek még nem részesülhettek támogatásban, ezért őket nem vettük figyelembe. Ezek után 660 választ lehet itt vizsgálni, amelyek alapján a válaszolók harmada kapott ösztöndíjat tavasszal. Nyilvánvaló az is, hogy 2011/12 őszi félévében sem számolhatunk az elsősökkel, így kiderülhetett, hogy a kitöltők 42% részesedik külön juttatásban most ősszel. (7.ábra)



7. ábra: Ösztöndíjban részesedők a

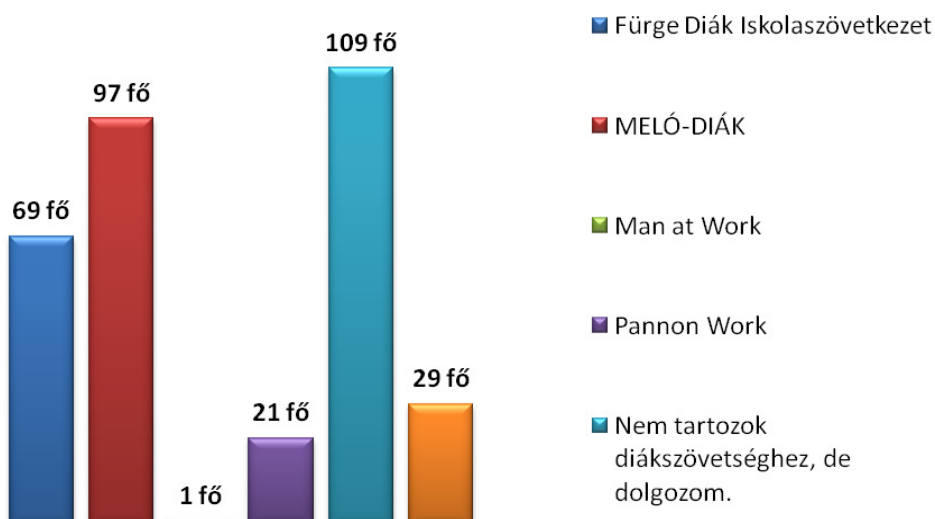
2010/11 félévben

2011/12 félévben

Forrás: saját szerkesztés a kérdőívünk alapján

3.3.2. Diákmunka:

A fiatalok manapság gyakran vállalnak munkát, tanulmányaikkal párhuzamosan, ezért arra is rákérdeztünk, hogy kik dolgoznak Veszprémben, esetleg tartoznak-e valamely diákszövetséghez. Itt a városban a megkérdezettek 30%-a dolgozik tanulmányai mellett. A dolgozó hallgatók nagy része nem tartozik diákszövetséghez (109 fő), de igen nagy arányuk a Meló-diák (97 fő) illetve a Fürge Diák Iskolaszövetkezet (69 fő) tagja. A válaszadók akár több szövetséghez is tartozhatnak, így több lehetőségük van a munkavégzésre. (8. ábra)



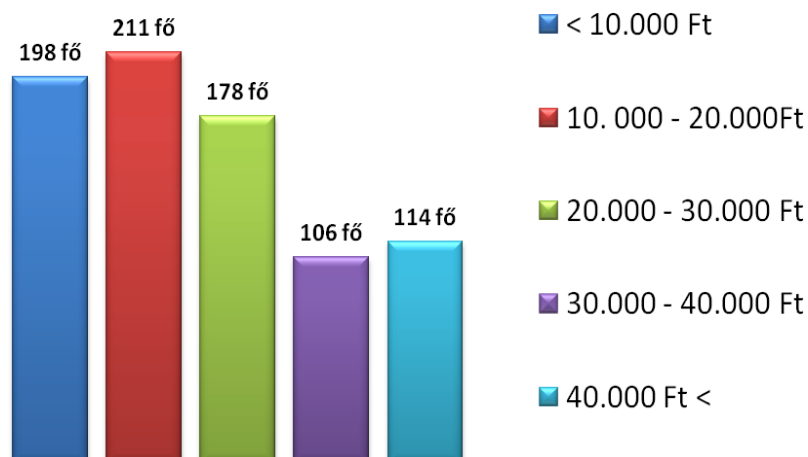
8. ábra: Iskolaszövetséghez tartozás eloszlása

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

3.4. Fogasztási magatartás

3.4.1. Kiadások:

Kérdőívünk legmeghatározóbb kérdése arra vonatkozott, hogy a kitöltők mennyi pénzt költenek el Veszprémben a jövedelmükből havonta. Öt darab egyenlő hosszúságú osztályközből választhattak a kitöltők, így megközelítően felmérhettük a válaszadók kiadásait. 10 000 HUF-nál kevesebbet költ havonta 25%, ennél alig több – a válaszolók 26%-a – már 10 000 és 20 000 HUF között költekezik. Ez azt jelenti, hogy a kitöltő hallgatók fele 20 000 forintnál kisebb összeget fordít veszprémi szolgáltatásokra. A válaszadók nem elhanyagolható része (22%), a 20 000 – 30 000 HUF-os kategóriát jelölte be. A válaszok további részei a következőképpen alakultak: 13% 30 000 és 40 000 HUF között költekezik, és a maradék 14% pedig 40 000 HUF-nál is többet elkölt havonta. (9. ábra)



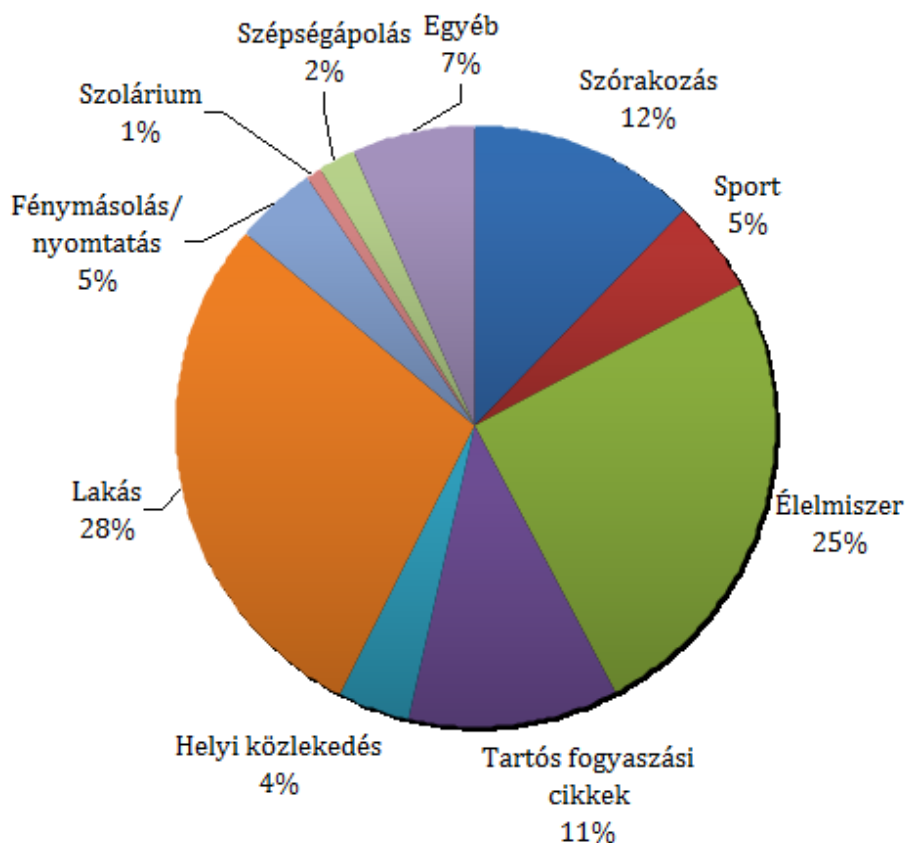
9. ábra: Havi összköltségek

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

A továbbiakban részletezzük, hogy ezt a pénzösszeget milyen célokra költik el a kitöltők. Kérdőívünkben néhány kiemelkedő termék – és szolgáltatáskört céloztunk meg, hogy átfogó képet kaphassunk a hallgatók fogyasztásáról. A szórakozásra a legtöbben 5 000 HUF alatt, míg sportra egyáltalán nem költenek havi lebontásban. A megkérdezettek a legtöbbet élelmiszerre és szállásra fordítanak. Az étkezési költségekre átlagosan 7.580.000 forintot költ havonta ez a 807 hallgató.

A kiadások másik nagy hányadát a szálláshelyek realizálják. Erre ugyanis meglehetősen sokat költenek a hallgatók, a legnagyobb koncentráció a 10 000 és 20 000 forintos kategóriában volt. Természetesen a bejárósok többsége és a Veszprémben illetve környékén élők nem igazán költenek külön ilyen szolgáltatásra, így kifejezetten a kollégisták és az albérletben lakók fordítanak jelentős összeget erre. A megkérdezettek havi átlagos szállásköltségének értékösszege 8.670.000 forint.

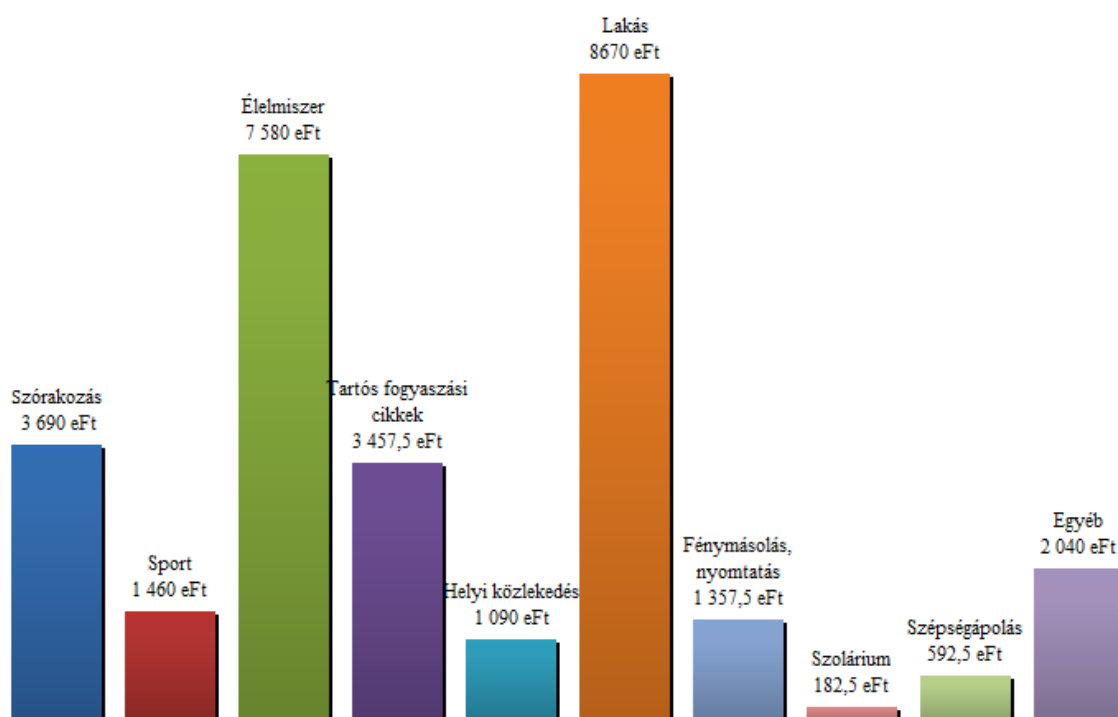
Egyéb kiadásokat jelent a tartós fogyasztási cikkekre kiadott összeg, amire a legtöbben 5 000 HUF alatt költenek havonta. Szépségápolásra – mint szolárium, kozmetika, fodrászat, manikűr – a legtöbben nem költenek. Külön kíváncsiak voltuk arra is, hogy fénymásolásra/nyomtatásra mennyit fordítanak a hallgatók. Átlagosan 5 000 HUF alatti összeget szánnak erre a célra. Emellett a helyi közlekedésre a hallgatók fele egyáltalán nem, míg a másik felük jórészt 5 000 forintnál kevesebbet költ havonta. Egyéb – az eddig említettektől eltérő – célokra csak pár ezret fordítanak. Az alábbi diagram célja, hogy bemutassa a szolgáltatások körüli eloszlást. (10. ábra)



10. ábra: Havi kiadások százalékos lebontása kategóriánként

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

Kiszámoltuk az összes megadott szolgáltatásra költött átlagos pénzösszeget a 807 válaszadó tekintetében. Eredményül megkaptuk, hogy az egyes kategóriákra átlagosan mennyit költenek a válaszadók. Az alábbi oszlopdiagramról leolvashatóak ezek. (11. ábra) Ha összeadjuk ezeket az átlagolt értékeket, akkor 30.120.000 forintot kapunk eredményként. Elgondolkodtató, hogy vajon az egész egyetem hány milliárd forintot jelenthet a városnak akár egy hónap alatt is, mivel nem csak a diákok, hanem a tanárok és egyéb alkalmazottak is itt költenek. Mint említettük korábban, a Pannon Egyetem számít az egyik legnagyobb munkáltatónak Veszprémben. (A kérdőívünkre adott válaszok részletes számadatait a VII. Melléklet táblázatában csatoltuk.)



11. ábra: Havi kiadások lebontása forintban kategóriánként

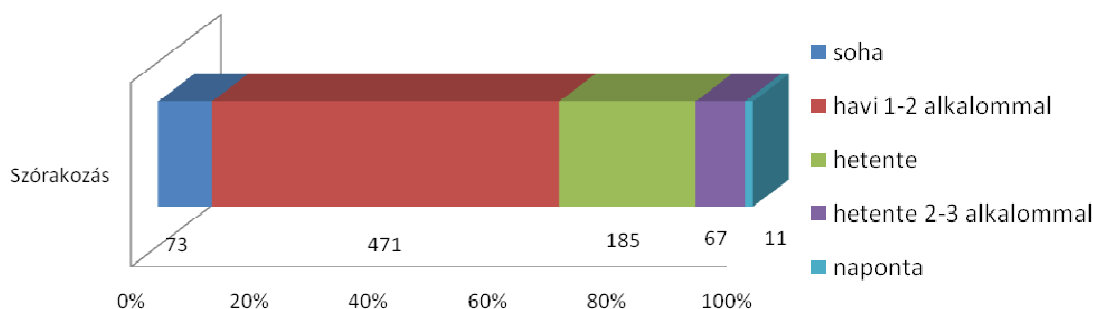
Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

3.4.2. Szokások rendszeressége

Már tudjuk, hogy mennyit költenek havonta a különböző célokra a megkérdezettek, de még nem tisztáztuk, hogy ezt milyen gyakorisággal teszik. Az előzőekben részletesen taglalt szolgáltatáskörre kérdeztünk rá újra.

Alapvetően az egyetemistákról azt feltételezik, hogy rengeteget járnak szórakozni. Kérdőívünk eredményei alapján kiderült, hogy ez a felvetés nem feltétlenül állja meg a helyét.

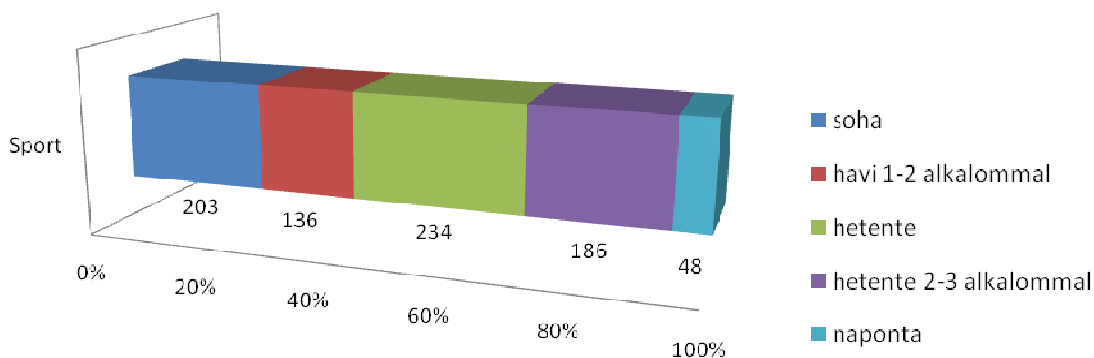
A válaszolók 57%-a csak havi 1-2 alkalommal jár szórakozni, 23%-uk hetente, és 9%-uk jár ennél is gyakrabban. (12. ábra)



12. ábra: Szórakozás rendszeressége havonta

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

A Pannon egyetemisták tulajdonképpen meglehetősen sportosnak tekinthetők, ugyanis a megkérdezettek közül a legtöbben (28%) hetente járnak sportolni, és az összes válaszoló 25%-a nem jár soha. A fennmaradó része a hallgatóknak minimum havi 1-2 alkalommal, vagy hetente többször is időt szakít az edzésre. (13. ábra)

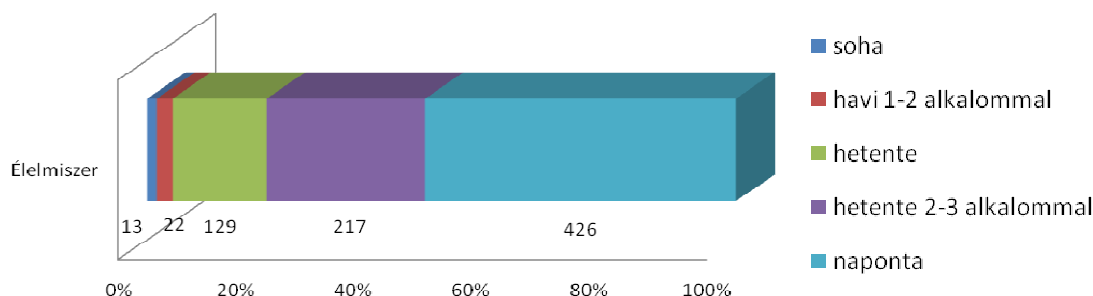


13. ábra: Sportolás rendszeressége havonta

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

Mint a kiadásoknál is láthattuk, az élelmiszerre fordítanak majdnem a legtöbbet, és ez a gyakoriságban is megmutatkozik. A kitöltők több mint fele naponta vásárol élelmiszert (426 fő). Míg a sokaság 4%-a havonta csak pár alkalommal vagy egyáltalán nem veszi igénybe ezt

a szolgáltatást. Ők nagy valószínűséggel mások (pl. szülők) által vásárolt élelmiszert fogyasztanak. (14. ábra)



14. ábra: Élelmiszerszolgáltatás igénybevételének gyakorisága havonta

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

Az egyéb szolgáltatás körökét, mint például a tartós fogyasztási cikkeket (ruhát, könyvet, gépet) havi 1-2 alkalommal vásárol a megkérdezettek 70%-a. A helyi közlekedést a válaszadók fele soha nem használja, viszont 18%-uk naponta igénybe veszi. Feltételezhetően a Veszprémben, illetve környékén élők használják napi rendszerességgel a helyi járatokat. A fénymásolási és nyomtatási szolgáltatásokat általában havi 1-2 alkalommal használják (329 fő). Szépségápolásra nem fordítottak igazán a hallgatók, így nem meglepő, hogy a legtöbben úgy vallották, hogy soha nem járnak szoláriumba vagy például fodráshoz. A megkérdezettek egyharmada jár csak ezekre a helyekre havonta 1-2 alkalommal. Egyebekre se költ a kitöltők 60%-a, vagy csak nagyon ritkán.

3.4.3. Hiányzó szolgáltatások

A 807 kitöltő közül 688 válaszadó nem hiányolt semmilyen szolgáltatást Veszprémből, amire még szívesen költene. 109-en neveztek meg egy vagy több hiányzó szolgáltatást, a fennmaradó 10 ember pedig azt válaszolta, hogy jelenleg nagyon spórol és abszolút nincs pénze egyebekre költeni.

A továbbiakban a 109 ember által meghatározott hiányzó szolgáltatásokat, esetleges „panaszokat” mutatjuk be. Ez a 109 ember összesen 137 javaslatot tett, hiszen valaki egyszerre több dolgot is kifogásolt.

A legtöbb kritika (18%) a veszprémi fürdőzés lehetőségét hiányolta, mint a strandot, élményfürdőt, egyéb wellness szolgáltatásokat, uszodát, illetve a meglévő uszodai nyitva

tartásra panaszkodtak az emberek. Erre a szolgáltatásra átlagosan kb. 5000 forintot költenének havonta.

Változatos sportolási lehetőségekre is sokan vágnak, ez a válaszok 17%-ából derült ki, például jégkorcsolyázás, sélés, boxolás, táncolás (pl: flamenco), biciklizés, női konditerem, gokart, bowling, gördeszkapark vagy akár billiárdozás. Erre az időtöltésre havonta közel 7.000 forintot szánnának átlagosan.

Ugyancsak nagy száma a válaszoknak (14%-a), a vendéglátó egységek számát, változatosságát, színvonalát kritizálta. Volt, aki keleti ízekre költene, és akadt, aki főzelékbárnak örülne. Több kávézót, teázót és egyéb „beülős” helyet szeretnének a hallgatók a belvárosba és az egyetem közelébe. Lenne igény karaoke- és vízipipa bárba, és éjszakai étkezési lehetőségekre is. Ilyen típusú szolgáltatásra átlagosan közel 6000 forintot költenének havonta.

Többen (a javaslatok 14%-a szerint) szeretnének változatosabb veszprémi kulturális programokon részt venni, például ahol a karok hallgatói együtt szórakozhatnak, beszélgethetnek. Egy hallgató felvetette azt, hogy tanév közben kellene több olyan program az egyetemistáknak, amelyek szélesebb réteget céloznak, pl: egyetemi színpadi előadások, táncelőadások, szabadtéri programok, vásárok. Több rendezvénynek is örülnének a hallgatók, nem csak tavasszal vagy nyáron. Ezeken kívül van, aki rendkívüli múzeumot (pl. vak múzeumot) látogatna szívesen, vagy akár a Csodák Palotájához hasonló kiállításokat, interaktív tárlatokat. Régi, illetve művészi filmeket is szívesen megnéznének a mozikban a hallgatók. Ezekhez hasonló programokra átlagosan 5 ezer forintot fordítanának a válaszolók havonta.

A szórakozóhelyekkel sem elégedett mindenki (10%). Színvonalasabb, igényesebb és több éjszakai szórakozóhelyre lenne igény, akár dohányfüst-mentesre is. Átlagosan kb. 6000 forintot szánnának havonta erre is.

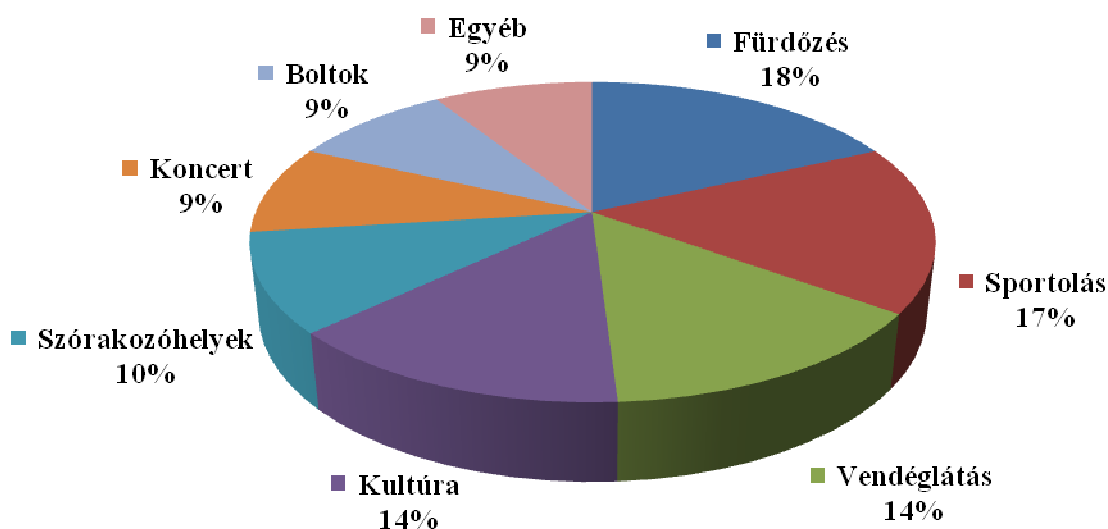
A válaszok 9%-a a koncertekre vonatkozott, amelyekre akár hatezer forintot is költenének átlagosan. Az igények között szerepelt jazz, blues, klasszikus, pop, rock és metál zenekar is, és egyéb élőzenés fellépések.

A boltokkal kapcsolatos elvárások fogalmazódtak meg a válaszok ugyancsak 9%-ában. Többen a meglévő sportboltokon kívül a Decathlont hiányolják Veszprémből. Néhányan a boltok nyitva tartásával sem elégedettek, ők úgy gondolják, hogy túl korán bezárnak ezek az üzletek. Többen az árakat sokallják, örülnének diákkedvezményeknek. Több mint kilencezer forint költenének még el havonta erre.

Néhány egyedi kívánság is felmerült, például csomagmegőrző a bejárásoknak, kínai nyelvoktatás, német társalgási kör, fedett és őrzött parkoló, mosoda, éjjel-nappali autógumi szerviz és ATM az egyetem felső kampuszán. A közlekedés javítását célozta a következő két javaslat: diákkedvezményes taxi, illetve sűrűbb éjszakai menetrend a buszoknál.

Olyan szolgáltatásokat is hiányoltak, amik tulajdonképpen megtalálhatóak Veszprémben. Például: éjjel-nappali hamburgerező, lottózó az Egyetem környékén, pláza, antikvárium, színház, 3D –s mozi. Ebből azt lehet leszűrni, hogy sokan nem ismerik a veszprémi szolgáltatásokat igazán, valószínűleg csak az egyetem közvetlen közelében mozognak.

A 15. ábrán szemléltetjük a hallgatók javaslatait összegezve, százalékos formában.



15. ábra: Veszprémi szolgáltatásokra tett hallgatói javaslatok százalékos eloszlásban

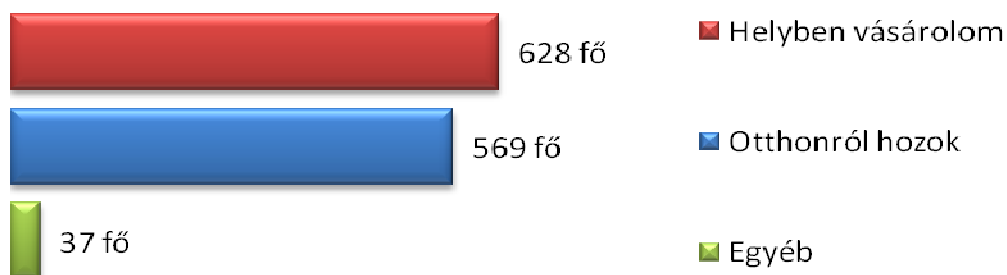
Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

3.4.4. Étkezés

Külön foglalkozunk az étkezéssel, mivel élelemre költenek szinte a legtöbbet a hallgatók. Emiatt nagy bevételt könyvelhetnek el a boltok és vendéglátó egységek. Fontosnak találtuk a hideg és a meleg étkezést is különválasztani; ezekre külön is rákérdeztünk.

3.4.4.1. Hideg étkezés

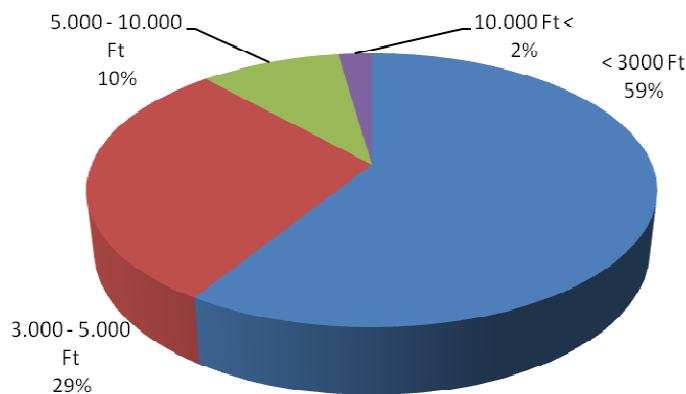
Az úgynevezett hideg élelmiszert a hallgatók több forrásból is beszerezhetik. A válaszok között 569-szer szerepelt az, hogy otthonról hozzák a hideg élelmiszert, és 628-szor merült fel az a válasz, hogy helyben szerzik be azt. Természetesen a két válasz nem zárja ki egymást, így lehetségesek ezek az eredmények. (16. ábra)



16. ábra: Hidegételkészlet beszerzési forrásai

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

Megkérdeztük a hallgatókat, hogy hetente mennyit fordítanak ilyen célokra. Erre a kérdésre nem volt kötelező válaszolni, de egy kivétellel mindenki választ adott. Eredményül azt kaptuk, hogy a válaszadók 59%-a 3 000 forintnál kevesebbet fordított erre hetente, míg közel a harmaduk pedig 3 000 és 5 000 forint közötti összeget szán erre. A maradék egyetemista 10 000 forint körüli összeget is elkölt hetente. (17. ábra)



17. ábra: Hidegétkezésre fordított költségek hetente

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

Kíváncsiak voltuk arra is, hogy melyik boltokban szerzik be ezeket a termékeket, és mi alapján döntenek egyes üzletek között. Erre a kérdésre 200 ember nem adott (értékelhető) választ, azonban a fennmaradó 607 kitöltő több, számukra népszerű boltot is megemlített.

A legtöbben a belvárosi Sparban vásárolnak szívesen, a válaszadók 38%-a ezt a boltot is megnevezte a felsorolásában. Elsősorban azért erre a boltra esett a választásuk, mert jól megközelíthető, a központban van. A válaszolók úgy találták, hogy itt jó az ár-érték arány, mondhatni olcsón vásárolhatnak jó minőségű termékekből, amikből nem mellesleg nagy a választék. Többen megjegyezték, hogy a kedves kiszolgálás miatt is ezt a boltot választják.

Az Egyetem utcai CBA-t az összes válasz 37%-ában említették. Elsősorban a kollégiumokhoz, egyetemhez való közelsége miatt járnak ide a hallgatók, illetve néhányan a jó árat is megemlítették. Itt érdemes megjegyezni azt a kiugró értéket, miszerint a CBA-ban is vásárolók közel 65%-a az elhelyezkedése miatt választja ezt a boltot.

A harmadik legtöbbször szereplő bolt (36%) a „KisTesco”-ként emlegetett Tesco Supermarket, ahova elsődlegesen a jó árak illetve a közelség miatt járnak vásárolni az egyetemisták. Emellett a nagy választék is vonzza ezeket a vásárlókat.

Az előbbiekhöz képest már lényegesen kevesebbszer jelent meg a válaszok között az Interspar (11%). Mivel távolabb van az egyetemtől, kollégiumoktól, ritkábban járnak ide bevásárolni a hallgatók, de sokan a nagy választék, a jó árak és a minőség miatt ide is ellátogatnak.

Az egyetem közeli éjjel-nappali bolt, a pékségek és a Diák Diszkont is számos vásárlót vonzanak jó elhelyezkedésük és hosszú nyitva tartásuk miatt. Az egyetemi büféket is sok diák látogatja a szünetekben.

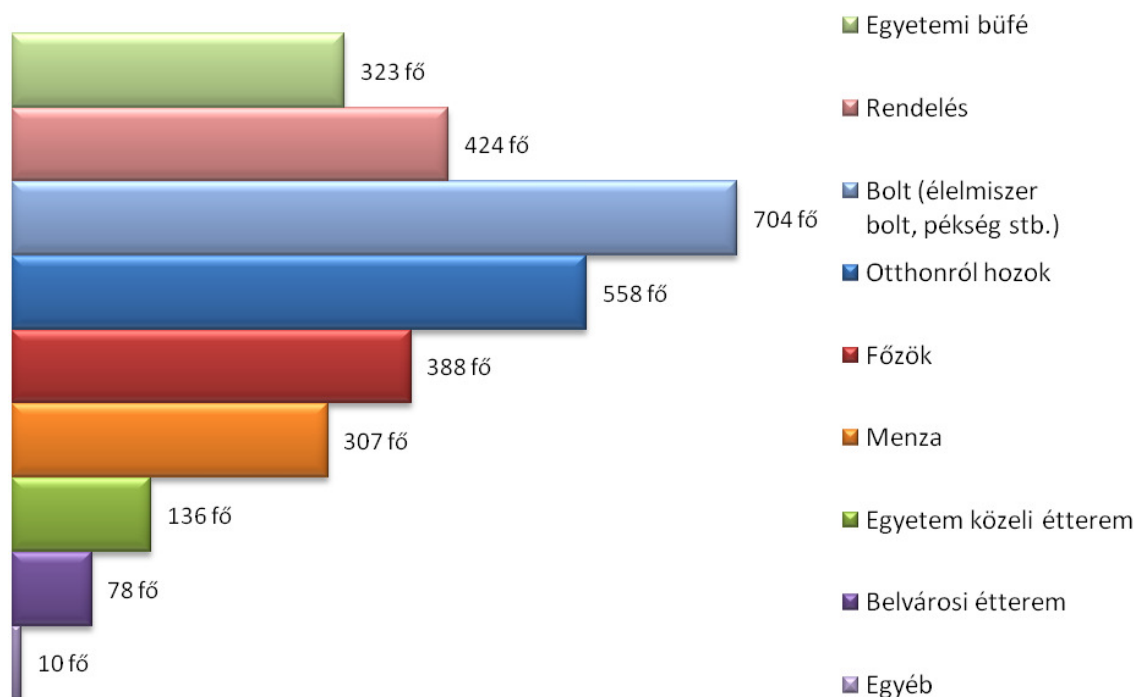
A Lidl-be és a Penny Marketbe is elmegy néhány hallgató a jó árak miatt, és a Coop-ba, vagy akár a piacra is ellátogatnak néhányan, ha vásárolni szeretnének. Ezen boltok neve már 10%-nál is kevesebbszer fordult elő a válaszokban. Említést teszünk még a Tesco hipermarkettről, az Aldi-ról és a Match-ról, amelyek csak 1-2%-ban fordultak elő a válaszok között.

Érdekességgént megjegyeznénk, hogy a fent említett boltok egyikénél a kiszolgálást, személyzetet rendkívül negatív kritikával illették többen is.

A VIII. Mellékletben az egyetem környezetének térképén bejelöltük a fent említett 4, legtöbbször választott boltot, és egyéb megjelölt boltokat is, valamint a kollégiumok és az egyetem épületeinek elhelyezkedését.

3.4.4.2. Meleg étkezés

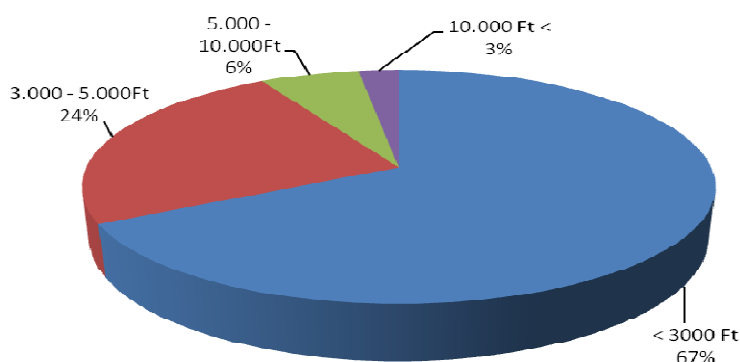
Az előzőekhez hasonlóan próbáltuk meg felmérni a hallgatók meleg étkezési szokásait. A hideg étkezéshez hasonlóan, ezt is több módon oldhatják meg. A legtöbben boltokban vásárolnak és a válaszok 69%-ban tettek említést arról, hogy otthonról hozzák a meleg ételt. Igen nagy százaléka a hallgatóknak – közel a fele - saját magának főz. Menzára is meglehetősen sokan – a megkérdezettek egyharmada – jár. Számos egyetemista jár még egyetem közeli, illetve belvárosi éttermekbe. Mások egyéb módokon oldják meg meleg étkezésüket, például ebédet rendelnek (424 fő) vagy az egyetemi büfé kínálatából választanak (323 fő). (18. ábra)



18. ábra: Meleg élelmiszer beszerzési forrásai

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

Nem volt kötelező arra a kérdésünkre válaszolni, hogy hetente ki mennyit költ meleg élelemre, így csak 791 választ kaptunk. Mivel sokan otthonról hozzák a főételt, ezért lehetséges az, hogy a kitöltők túlnyomó része (533 fő) 3 000 forint alatt költ erre hetente. 192 fő 3 000 és 5 000 forint közötti összegből oldja meg az étkezését (hetente). A további 66 fő 5 000 forint feletti összeget szán erre. (19. ábra)



19. ábra: Meleg étkezésre fordított költségek hetente

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

Külön kíváncsiak voltunk, hogy mely veszprémi éttermeket látogatják legtöbbször / legszívesebben a Pannon Egyetem hallgatói. A válaszadók közül 250-en fejtették ki, hogy melyik éttermekben fogyasztanak legszívesebben és legtöbbször. A fennmaradó 557 válaszoló, - azaz az összes megkérdezett 69%-a - nem szokott étterembe járni, vagy csak nagyon ritkán, és nincs is kedvence. Ez utóbbinak több oka is lehet. Valaki otthon szívesebben fogyasztja el ebédjét, esetleg szeret főzni is, és nyilván vannak olyanok is, akik az anyagiak miatt nem tudnak eljárni étterembe.

A továbbiakban a 250 választ fejtettük ki, és vizsgáltuk meg. Mivel akár több éttermet is megnevezhettek, számos vendéglátó egység neve felmerült.

Az egyetemi menzát nevezték meg a legtöbbször, ahova elsősorban nem a közelsége, hanem az ízletes és minőségi ételek és a jó ár-érték arány miatt járnak a hallgatók.

Számos említés érkezett a Hungária étteremről, a menza után ide járnak a legtöbben. Leginkább a jó árak, a finom ételek és a hely közelsége miatt térnek be ide az egyetemisták. Ezeken kívül a diákkedvezmény miatt is sokan választják ezt az éttermet.

A Panoráma Snack árai és finom ételei vonzóak a hallgatók számára, akad azonban olyan egyetemista is, aki kifejezetten a kilátás miatt tér be ide.

Hasonló okok miatt látogatják a Diana Panzió éttermét is. Ezt a helyet a bőséges adagok és a kellemes környezet miatt választják aránylag sokan.

Az eddig felsorolt éttermek neve külön-külön a válaszok 11-25%-ában felmerült. Az ezeket követő éttermekről csak a válaszok kevesebb, mint 10%-ában tettek említést. Ilyen például a Cserhát étterem, ahová a jó árak miatt járnak a hallgatók leginkább. A Dédapám vendéglője svédasztalos ebéddel, korlátlan fogyasztással várja vendégeit, mindezt korrekt áron. Az Oli e Gino pizzériában pedig finom ételekkel és barátságos kiszolgálással találkozhatunk – a válaszolók véleménye szerint.

Összességében azt lehet leszűrni a válaszokból, hogy azok az egyetemisták, akik viszonylag gyakran járnak étterembe, elsődleges szempontként nem a hely közelségét tekintik, hanem az ételek minőségét és árát. Természetesen befolyásoló tényező tud lenni a vendéglátó egység elhelyezkedése, de ez csak másodlagos vagy harmadlagos szempont.

Az alábbi ábrán (20. ábra), az egyetem környezetének térképén bejelöltük a fent említett 4 legtöbbször választott éttermet, és egyéb megjelölt vendéglátó egységeket is, valamint a kollégiumok és az egyetem épületeinek elhelyezkedését.



20. ábra: A legnépszerűbb éttermek elhelyezkedése (a 19. kérdés alapján)

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján, térkép: GoogleMaps

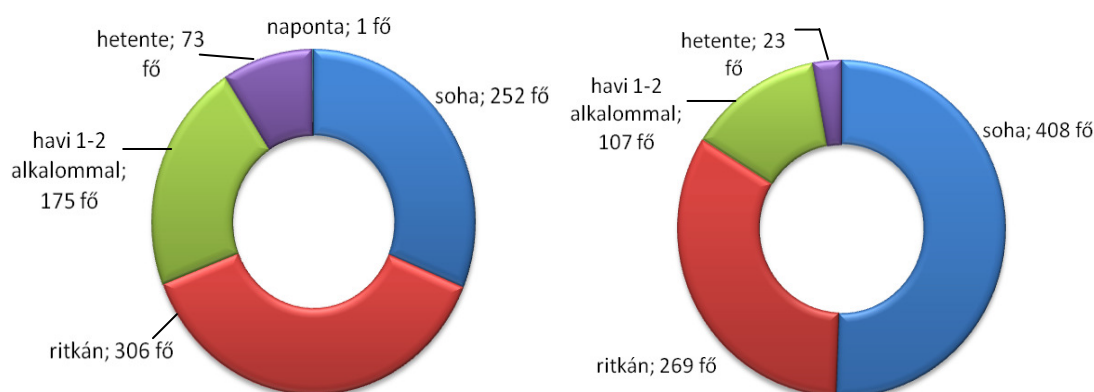
3.4.5. Szórakozás

A szórakozás témakört különösen fontosnak ítéltük meg, mivel úgy véltük, hogy a hallgatók nagyon sokat járnak bulizni, így a szórakozóhelyeknek jelentős bevételt jelentenek. Arra alapoztuk feltételezésünket, hogy számos szórakozóhely működik az egyetem és a kollégiumok közelében, ezekre a helyekre valószínűleg szívesebben is járnak a hallgatók.

Az egyetem felső kampuszán belül elhelyezkedő Diákcentrum (DC) – ami egyébként számos egyetemi rendezvénynek helyszíne - tűnik a legnépszerűbbnek. 73 fő hetente betér ide, 175 fő

havi pár alkalommal, 306 hallgató pedig csak ritkán jön el ide bulizni. 252-en vallották úgy, hogy eddig még nem voltak a Diákcentrumban. (21. ábra)

Az egyetemisták által ugyancsak kedvelt szórakozóhely, az Other Side Dance Cafe, ahol a zenét is többnyire Pannon egyetemi hallgatók szolgáltatják. A válaszadók fele soha nem járt még itt, a fennmaradó hányad többnyire havi 1-2 alkalommal (13%) vagy ritkábban (33%), esetleg hetente (3%) szórakozik itt. (21. ábra)

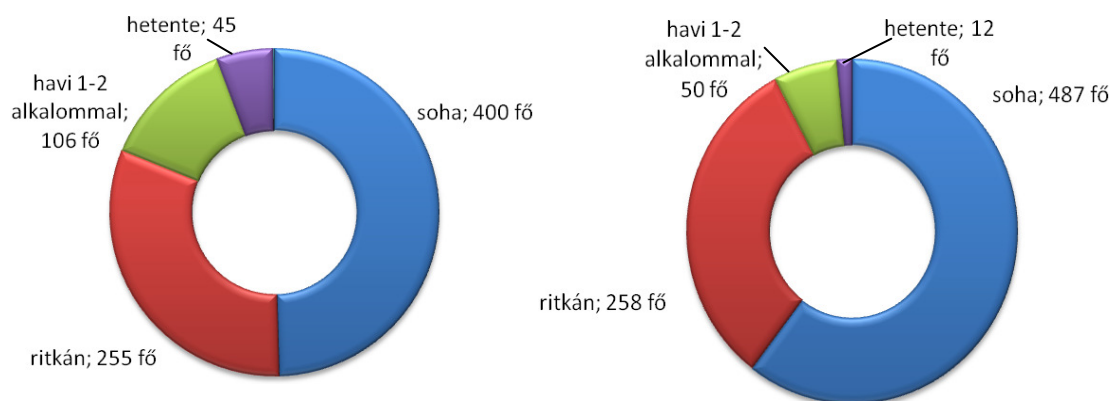


21. ábra: Diákcentrum és az Other Side Dance Cafe látogatottsága

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

A Grand Canyon Western Pub egy igen hangulatos szórakozóhely a városközpontban, ennek ellenére a válaszolók fele még nem látogatott el ide. Azonban 45 fő akár hetente, 106 hallgató legalább havonta, 255 fő pedig ennél elszórtabban tölti itt szabadidejét. (22. ábra)

Az Expresszó Klubmozi és Kávézó is a kedvelt szórakozóhelyek közé sorolható, ami számos koncertnek helyszíne. A kitöltők közül 12 fő minden héten ellátogat ide, 50 hallgató pedig havi rendszerességgel. Ritkábban jön ide 258 fő és soha nem volt még itt 487 válaszadó. Ezek az adatok azzal magyarázhatóak, hogy itt csak péntekenként és szombatonként nyílik lehetőség a bulizásra, azonban az egyetemi hallgatók jó része csütörtökön hazamegy, elhagyja Veszprémet. (22. ábra)



22. ábra:

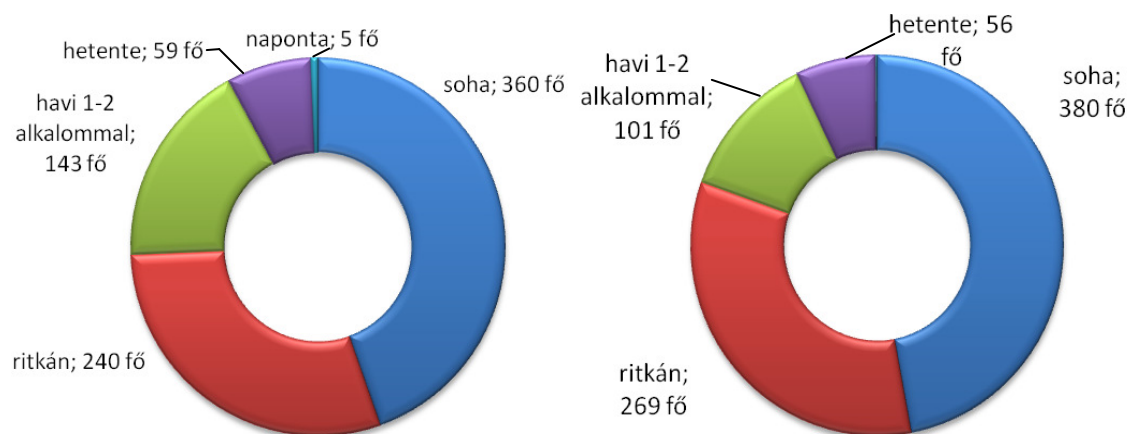
Grand Canyon Western Pub és az Expresszó Klubmozi és Kávézó látogatottsága

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

A Gesztenyés Sörkertben a hallgatók több mint fele (55%) megfordult már. 240 tanuló csak ritkán, de 143-an akár havonta, sőt 59 fő hetente is betér. 5 kitöltő minden nap itt ereszt ki a gőzt, amire remek lehetőség is van, mivel igen felszerelt: csocsó, billiárd és zenegép is van. (23. ábra)

A Sport Pub Söröző legnagyobb vonzereje, hogy éjjel-nappal nyitva van, így bármikor betérhetnek a megfáradt bulizók akár egy melegszendvicsre. Ide is több mint minden második egyetemi hallgató eljött már legalább egyszer. A megkérdezettek közül 56-an hetente, 101 fő havi egy-kétszer, és 269-en alkalmanként fordulnak meg itt.

A felsorolt szórakozóhelyeken kívül már ritkábban járnak a Daiquiri Goldba, a Latin Music Pub & Pizzeriába, a Café Incognitoba, a Szemeszter Söröző és Kávézóba, vagy a Skorpió Irish Pub & Caféba és egyéb helyekre. (23. ábra)

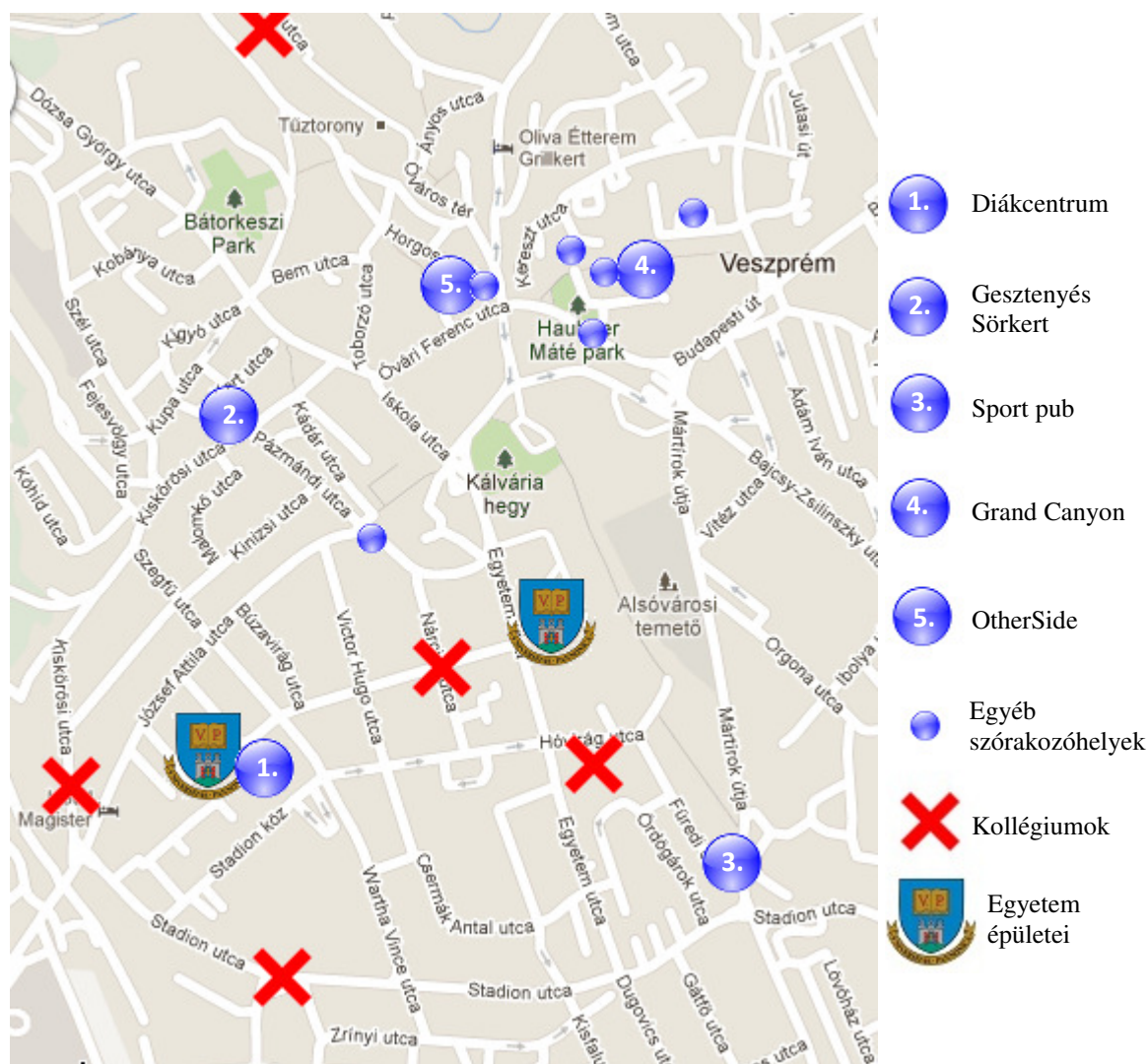


23. ábra: Gesztenyés Sörkert és a Sport Pub Söröző látogatottsága

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

Összegezve minden napra van kifejezetten a hallgatók számára program, szórakozási lehetőség a fent említett szórakozóhelyek valamelyikében. A Diákcentrum keddenként illetve szerdánként, az Other Side szerdánként, a Grand Canyon csütörtökönként és az Expresszó péntekenként telik meg szórakozni vágyó egyetemi hallgatókkal. A Sport pub és a Gesztenyés sörkert mindennap rendelkezésre áll a kikapcsolódni kívánók számára.

A fentiek alapján alátámasztható és az alábbi ábrán (24. ábra) jól látható, hogy a hallgatók az egyetem közelében elhelyezkedő szórakozóhelyeket részesítik előnyben, vagyis a feltételezésünk egy része megállta a helyét.



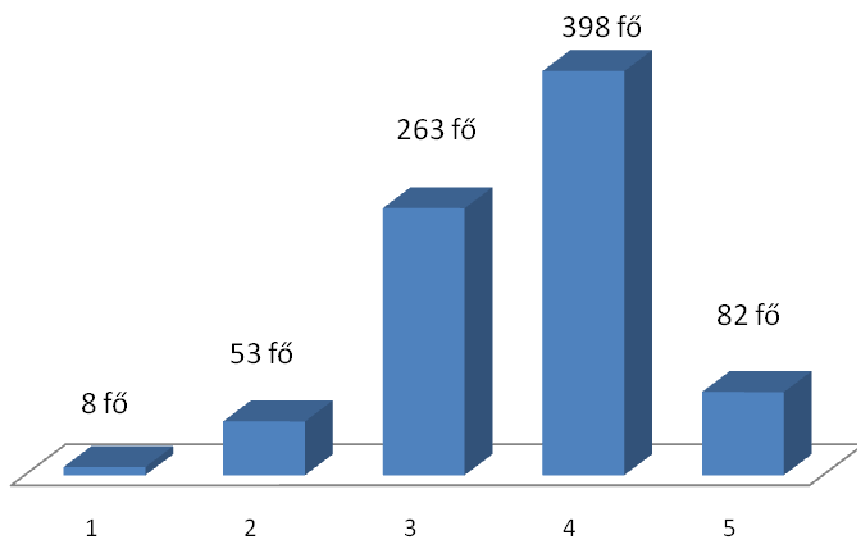
24. ábra:

A legnépszerűbb veszprémi szórakozóhelyek elhelyezkedése, a 22. kérdés alapján

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

3.5. Elégedettség

Kutatásunkból az derült ki, hogy a hallgatóság megfelelőnek (5 fokú skálán átlagosan 3,6-nak) ítéli meg Veszprém szolgáltatásait. A válaszadók fele meglehetősen, és 82 hallgató teljes mértékben elégedett. A megkérdezettek közül 263-an jelölték meg a 'közepes' kategóriát, míg 53 fő ennél kevésbé elégedett. Csak a válaszadók 1%-a vallotta azt, hogy egyáltalán nincs megelégedve a szolgáltatásokkal. (25. ábra)



25. ábra:

**Elégedettség mérése a megkérdezettek között
(1- egyáltalán nem, 5- teljes mértékben)**

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatásunk alapján

V. Összegzés (Hidvégi Mónika, Kóhalmi Aletta)

A Közép-Dunántúl egyik legfontosabb csomópontja Veszprém városa, ami igen gazdag történelmi múltra tekint vissza. Megyeszékhelyként a város kiemelt pozícióban van, de presztízsét növeli a Pannon Egyetem jelenléte is, ami diákok ezreit vonzza a városba évente. Kutatásunk az ő gazdasági hatásuknak feltérképezésére összpontosított és kíváncsiak voltunk, milyen szokásaik vannak a veszprémi hallgatóknak.

Felmérésünkkel alátámasztottuk az elméleti áttekintésben leírtakat, miszerint a jelen fiatalság egyre korábban megkezdí önállósodását, függetlenedését a családtól, ami megmagyarázza a nagyarányú kollégista hallgatót a megkérdezettek között. Arról nem is beszélve, hogy sokan már tanulmányaikkal párhuzamosan dolgoznak. Másrésztől ténylegesen kitolódott a felnőtté válás kezdete, amit a koreloszlásoknál figyelhattunk meg.

Az interjúink során adott válaszok és a kérdőívünk eredményei sok helyen egybevágnak. Például a polgármester úr jól látta az egyetemisták azon igényét, hogy uszodát, fürdőt szeretnének. Ezt a kérdőívre adott válaszok is igazolták. Az interjúk során gyakran felmerült az a gondolat is, hogy a hallgatók nem ismerik eléggé a város adta lehetőségeket, szolgáltatásokat. Szinte csak az egyetem és a kollégiumok épületeinek vonzáskörzetében vásárolnak, szórakoznak, stb. Ezt támasztják alá a válaszok alapján elkészített térképek is. Mint kiderült, hiába vannak jobbnál jobb rendezvények a városban, ha a diákok nem látogatják őket, mivel nem tudnak róluk vagy éppenséggel lusták elmenni a város túloldalára. Amíg ilyen a hallgatói társadalom hozzáállása, nem feltétlen lesz eredményes, ha megcélazzák őket a piaci szereplők. A 2006-ban elhangzott (Tudás Sziget 2006a) vélemények is egybeesnek az eredményeinkkel, hiszen beigazolódott az, hogy a kereskedelmi és vendéglátó egységek meg tudnak élni az egyetemistákból, viszont a „magas kultúra” nem. Ez utóbbi nem azt jelenti, hogy abszolút nincs igény kultúrára, ugyanis a hallgatói igények közt ez is felmerült (pl. művészfilmek, több tánc-, és színházi előadás).

A felmérésünkből világosan látható, hogy a felsőoktatásban tanuló hallgatók által Veszprémbe elköltött összeg jelentősen növeli a város bevételi forrásait, amelynek igen nagy részét a szálláshelyek tulajdonosai, valamint a vendéglátó- és szórakozóhelyek realizálják.

Véleményünk szerint a jelenlegi együttműködés az egyetem és a város között nem a legmegfelelőbb. Reményeink szerint a most megkötött együttműködés eredményes lesz és jobb lesz az információ csere, kommunikáció a két fél között, így sikeresen segítik egymást.

A kutatás jövőjét tekintve fontosnak tartanánk, hogy pár év múlva megismétlődjön, mert fontos következtetéseket vonhatnak le az eredményekből a város vezetői, az egyetem vezetői, a piaci szereplők illetve a hallgatói önkormányzat is.

VI. Irodalomjegyzék

Könyvek:

- 1. Albert, 1999:** A Veszprémi Egyetem jubileumi évkönyve 1949-1999, 17 p., Veszprém, 1999, ISBN: 963-9495-06-9
- 2. Bauer-Berács-Kenesei, 2007** Marketing Alapismeretek AULA Kiadó Kft. ISBN: 978-963-963-9698-16-1
- 3. Chatterton, 1999** Exclusive Geographies: University students in the City, Geoforum, 30, 117-133p., Imprint: ELSEVIER, ISSN: 0016-7185
- 4. Csákó, 2004** Ifjúság egy áttagolódo társadalomban, Ifjúsági korszakváltás. Ifjúság az új évezredben: konferencia 2002 / [Szerk.]: 11-15 p., Gábor Kálmán, JancsákCsaba. Szeged, Belvedere Meridionale,. ISBN: 963 86387 5 3
- 5. Gábor, 2004a** Bevezetés helyett – Egy győztes kor nyertesei és vesztese (Steiner Kata) riportja, Ifjúsági korszakváltás. Ifjúság az új évezredben: konferencia 2002 / [Szerk.]: 8-11 p., Gábor Kálmán, JancsákCsaba. Szeged, Belvedere Meridionale,. ISBN: 963 86387 5 3
- 6. Gábor, 2004b** Globalizáció és ifjúsági korszakváltás, Ifjúsági korszakváltás. Ifjúság az új évezredben : konferencia 2002 / [Szerk.]: 28-73 p., Gábor Kálmán, JancsákCsaba. Szeged, Belvedere Meridionale, ISBN: 963 86387 5 3
- 7. Gábor, 2006** BSC-HALLGATÓK 2005/2006, A kétciklusú képzés kezdetei , 46-85 p., Felsőoktatási Kutatóintézet, ISBN-10: 963-404-414-X
- 8. Ifjúság2004 Gyorsjelentés** Szerk.: Bauer Béla- Szabó Andrea, 2005, ISBN: 963 217 201 9
- 9. Ifjúság2008 Gyorsjelentés** Szerk.: Bauer Béla– Szabó Andrea, 2009, ISBN: 978 963 7366 18 5
- 10. KSH 2009:** ksh.hu: statisztikai évkönyv 2009
- 11. Somlai, 2010** Változó ifjúság, fiatalok, Educatio tizenkilencedik évfolyam második szám, Oktatókutató es Fejlesztő Intézet, 2010., ISSN: 1216–3384
- 12. Törőcsik, 2003** Törőcsik Mária - Fogyasztói magatartás trendek, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., ISBN: 963 224 721 3
- 13. Tudás Sziget 2006a,** 7KÖZnap című fóruma, Kultúra szekció, 2006
- 14. Tudás Sziget 2006b,** 7KÖZnap című fóruma, közélet szekció, 2006.

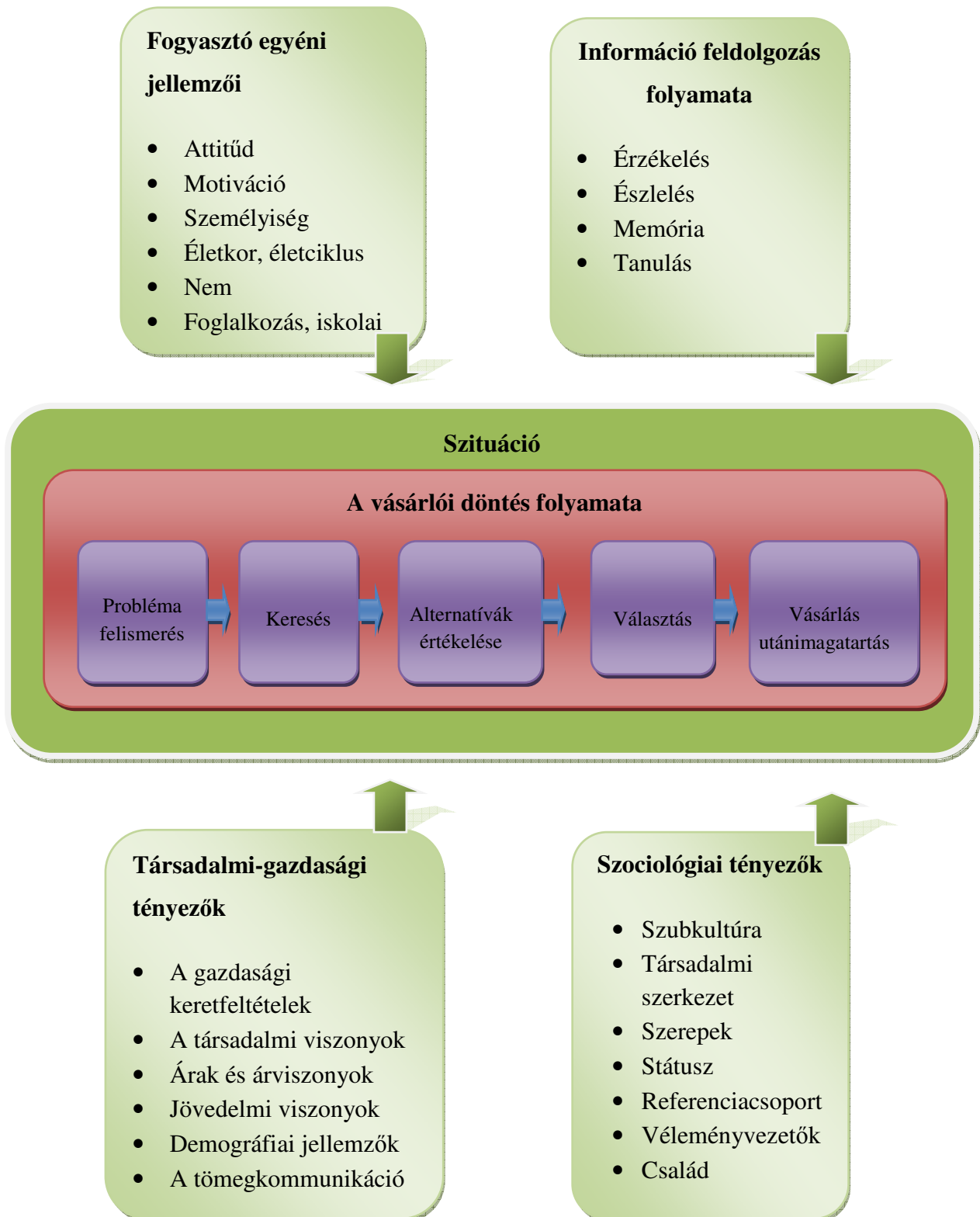
- 15. Varga, 2009:** Veszprém Város Lexikona, Veszprém, 614-617 p., OOK Press
Nyomdaipari és Szolgáltató Kft., ISBN: 978-963-06-7941-1
- 16. Wallace, 1998** Ifjúság, munka és oktatás a posztkommunista Európában: út az individualizáció felé?, Dubik Éva fordítása, Korunk 1998 Június, ISSN:1222-8338

Internetes források:

- 1. Mobilitas.hu** <http://www.mobilitas.hu/niida/informaciotar/fogalomtar>; Letöltve: 2011.09.20.
- 2. Varosunk.hu:** <http://www.varosunk.hu/varosrol/veszprem/>; Letöltve: 2011.10.08.
- 3. Veszprem.hu:** <http://www.veszprem.hu/veszpremiekneg/gazdasag-tudomany/32-infrastruktura/29-veszprem-a-dinamikusan-fejld-varos>; Letöltve: 2011.10.08.
<http://www.veszprem.hu/veszpremiekneg/gazdasag-tudomany/35-fejlesztések-strategia/32-veszprem-fejlesztési-tervei>; Letöltve: 2011.10.08.
- 4. Veszprém Megyei Önkormányzat 2007-2010 évekre szóló Gazdasági programja:**
<http://www.vpmegye.hu/letoltesek/gazdasag/gazdprog.pdf>; Letöltve: 2011.10.08.
- 5. Wikipedia, Veszprém:** <http://hu.wikipedia.org/wiki/Veszpr%C3%A9m#Gazdas.C3.A1g>; Letöltve: 2011.10.08.

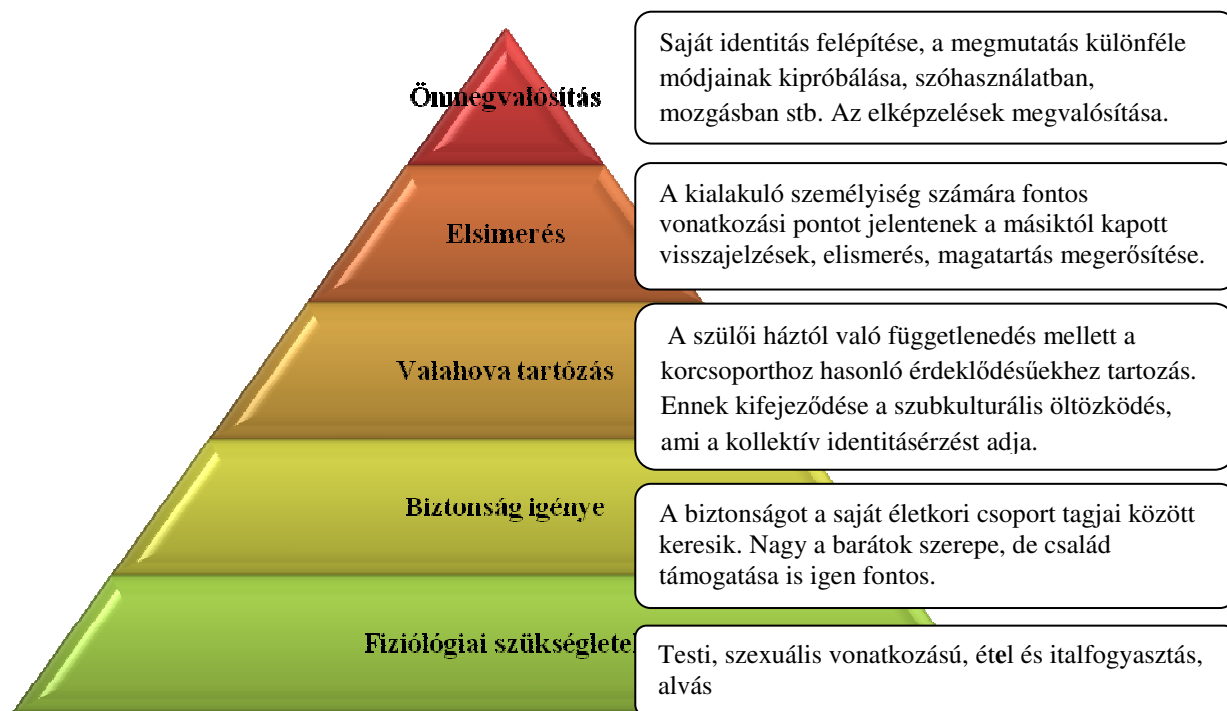
VII. MELLÉKLETEK

I. Melléklet: A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők



Forrás: saját szerkesztés Töröcsik, Gábor, Wallace, Csákó gondolatai, Bauer-Berács-Kenesei modellje alapján

II. Melléklet: A fiatalok motivációi és szükségletei Maslow rendszere alapján



Forrás: saját szerkesztés Töröcsik Mária (2003: 194-195. p.) alapján

III. Melléklet: A fiatalokra jellemző szolgáltatáskör

divat	• A ruhától a testdiszítésig, a hajfestéstől a különféle kiegészítőig mindent szívesen használnak. Nagy nyitottság és vállalkozó kedv jellemző a korcsoportra.
testápolás kozmetika	• A szépítőszeres kipróbálása, használata, hatásuk felmérése a korcsoport jellegzetessége. Tapasztalataik hatással vannak későbbi fogyasztásukra
zene, média	• A zenecsatornák kifejezetten a fiatalság ízlés világát képzik. A zenehallgatás, tánc, diszkó a legkedveltebb szabadidős tevékenységek egyike és a legnagyobb kiadást is ezekre fordítják.
sport	• Az aktív sportolás jó megítélésű, elismerésre méltó. A sportoltók jelzésértékű, csoportképző.
IT használat	• A korosztály nagy része természetes módon kezeli a modern technika eszközeit.
szabadidős tevékenységek	• Mozik, gyorséttermek, zenei rendezvények, uszodák, konditermek, a fiatalok körében igen kedveltek. Gyakran jönnek össze ezeken a helyeken barátokkal.

Forrás: saját szerkesztés Töröcsik Mária (2003: 195. p.) alapján

IV. Melléklet: Kiemelkedő termék- és szolgáltatáskörök a fiatalok körében



Forrás: saját szerkesztés Törőcsik Mária (2003: 196. p.) alapján

Beleegyező Nyilatkozat az Interjú Rögzítéséhez

Alulírott, _____ hozzájárulok az interjúkészítéshez, illetve az interjú hanganyagként való rögzítéséhez, amely Köhalmi Aletta és Hidvégi Mónika, emberi erőforrások hallgatók, Tudományos Diákkör kutatásának része. Megértettem, hogy a rögzített hanganyag névvel kerül feldolgozásra, tudományos cikk elkészítéséhez. A beleegyező nyilatkozatom az interjú felvételéhez ad engedélyt.

Veszprém, 2011.....

aláírás

Beleegyező Nyilatkozat a Rögzített Interjú Felhasználásáról

Alulírott, _____ hozzájárulok, hogy az interjúban rögzítésre került adatok Köhalmi Aletta és Hidvégi Mónika emberi erőforrások hallgatók Tudományos Diákkör kutatásának részeként feldolgozásra kerüljön. A beleegyező nyilatkozat az interjú során rögzített adatok feldolgozására és tudományos munkánkban való felhasználására ad engedélyt.

Tudomásul veszem, hogy jelen interjú célja, hogy felmérje az egyetemisták vásárlási szokásait, igényeit, illetve a hallgatók hatását Veszprém városának gazdaságára.

Köhalmi Aletta és Hidvégi Mónika garantálja, hogy a személyes adataim nem szerepelnek a kutatásban és az interjú hanganyagát más személynek nem adják át, illetve más személy az adatokkal nem dolgozik. Jogom van az interjú napjától számított (lásd alul) 2 héten belül visszavonni a beleegyezésemet. Erről e-mailt küldök az monika.hidvegi@gmail.com címre és addig adataim nem kerülnek feldolgozásra. Ha 2 héten belül nem küldök értesítést, a hanganyag tudományos célra felhasználható.

Veszprém, 2011.....

aláírás

A Pannon Egyetem diákjainak gazdasági hatása Veszprémre

Kedves Hallgató, Szeretnénk megkérni, hogy vegyél részt a Tudományos Diákkörre (TDK) készített felmérésünkben. Egyetemi kutatómunkát szeretnénk végezni, amelynek mi magunk vagyunk az alanyai. A kutatás célja, hogy felmérje a Pannon Egyetem hallgatóinak költsékezési szokásait Veszprémben és annak hatását a veszprémi gazdasági életre. A kérdőív teljesen anonim és kitöltése csak pár percet vesz igénybe. Sokaknak ismerős lehet a téma, de mindenkit kérünk a kitöltésre, ugyanis ez egy teljesen új, bővített kérdőív! Segítségeteket előre is köszönjük! Kőhalmi Aletta és Hidvégi Mónika Emberi erőforrás szakos hallgatók

* Required

1. Kérünk add meg a nemed *

- ☐ Nő
- ☐ Férfi

2. Mikor születted? *

3. Hol laksz iskolaidőben? *

4. Melyik évben kezdted meg tanulmányaidat az egyetemen? *

5. Az egyetem mely karán tanulsz? *

6. Milyen finanszírozási formában folytatod tanulmányaidat? *

- ☐ Költségtérítéses
- ☐ Államilag támogatott

7. Kaptál ösztöndíjat a 2010/2011/2. félévben (tavaszi félév)? *

- ☐ Igen
- ☐ Nem

8. Fogsz kapni ösztöndíjat a 2011/2012/1. félévben (ősz félév)? *

- ☐ Igen
- ☐ Nem

9. Fizetésedből / zsebpénzedből mennyit költesz el Veszprémben havonta? *

- ☐ < 10.000 Ft
- ☐ 10. 000 - 20.000Ft
- ☐ 20.000 - 30.000 Ft
- ☐ 30.000 - 40.000 Ft
- ☐ 40.000 Ft <

10. Dolgozol Veszprémben? *

- ☐ Igen
- ☐ Nem

11. Ha Igen, melyik diákszövetségnél? Többet is választhatsz. (Ha nem dolgozol Veszprémben, hagyd ki ezt a kérdést.)

- ☐ Fürge Diák Iskolaszövetkezet
- ☐ MELÓ-DIÁK
- ☐ Man at Work
- ☐ Pannon Work
- ☐ Nem tartozok diákszövetséghez, de dolgozom.
- ☐ Other:

12. Mennyi pénzt költesz különböző célokra havonta? *

	semennyit	< 5.000 Ft	5.000 - 10.000 Ft	10.000 - 20.000 Ft	20.000 Ft <
Szórakozás	☐	☐	☐	☐	☐
Sport	☐	☐	☐	☐	☐
Élelmiszer	☐	☐	☐	☐	☐
Tartós fogyasztási cikkek (pl. ruhák, könyvek, gépek stb.)	☐	☐	☐	☐	☐
Helyi közlekedés	☐	☐	☐	☐	☐

	semennyit	< 5.000 Ft	5.000 - 10.000 Ft	10.000 - 20.000 Ft	20.000 Ft <
Lakás (pl. albérlet, kollégium)	☐	☐	☐	☐	☐
Fénymásolás / Nyomtatás	☐	☐	☐	☐	☐
Szolárium	☐	☐	☐	☐	☐
Kozmetikus/Fodrász/Manikűr	☐	☐	☐	☐	☐
Egyéb, a fent említetteken túl	☐	☐	☐	☐	☐

13. Milyen gyakran veszed igénybe ezeket a szolgáltatásokat havonta? *

	soha	havi 1-2 alkalommal	hetente	hetente 2-3 alkalommal	naponta
Szórakozás	☐	☐	☐	☐	☐
Sport	☐	☐	☐	☐	☐
Élelmiszer	☐	☐	☐	☐	☐
Tartós fogyasztási cikkek (pl. ruhák, könyvek, gépek stb.)	☐	☐	☐	☐	☐
Helyi közlekedés	☐	☐	☐	☐	☐
Fénymásolás / Nyomtatás	☐	☐	☐	☐	☐
Szolárium	☐	☐	☐	☐	☐
Kozmetikus/Fodrász/Manikűr	☐	☐	☐	☐	☐

soha havi 1-2
alkalommal hetente hetente 2-3
alkalommal naponta

Egyéb, a fent említetteken túl

☐
☐
☐
☐
☐

14. Mire költenél még szívesen? Milyen szolgáltatást hiányolsz Veszprémben? Körülbelül mennyit költenél erre a szolgáltatásra havonta?

15. HIDEG ÉTKEZÉS: Hogyan oldod meg az étkezésedet Veszprémben? *

- ☐ Otthonról hozok
- ☐ Helyben vásárolok
- ☐ Other:

16. Hetente mennyi pénzt költesz hideg élelemre Veszprémben?

- ☐ < 3000 Ft
- ☐ 3.000 - 5.000 Ft
- ☐ 5.000 - 10.000 Ft
- ☐ 10.000 Ft <

17. Melyik boltban vásárolsz a legtöbbször/legszívesebben élelmiszert Veszprémben? Miért?

18. MELEG ÉTKEZÉS: Hogyan oldod meg az étkezésedet Veszprémben? *

- ☐ Otthonról hozok
- ☐ Főzök
- ☐ Menza

- ☐ Egyetem közeli étterem
- ☐ Belvárosi étterem
- ☐ Other:

19. Ha étteremben eszel, melyikbe jársz legtöbbször/legszívesebben Veszprémben? Miért?

20. Hetente mennyi pénzt költesz meleg élelemre Veszprémben?

- ☐ < 3000 Ft
- ☐ 3.000 - 5.000 Ft
- ☐ 5.000 - 10.000 Ft
- ☐ 10.000 Ft <

21. Ha helyben vásárolsz, milyen lehetőségek közül választasz? Többet is választhatsz.

- ☐ Étterem
- ☐ Menza
- ☐ Bolt (élelmiszer bolt, pékség stb.)
- ☐ Rendelés
- ☐ Egyetemi büfé
- ☐ Other:

22. Milyen gyakran jársz ezekre a helyekre szórakozni? * Többet is választhatsz.

	soha	ritkán	havi 1-2 alkalommal	hetente	naponta
Diákcentrum (DC)	☐	☐	☐	☐	☐
Other Side Dance Cafe	☐	☐	☐	☐	☐

	soha	ritkán	havi 1-2 alkalommal	hetente	naponta
Grand Canyon Western Pub	☐	☐	☐	☐	☐
Expresszó Klubmozi és Kávézó	☐	☐	☐	☐	☐
Gesztenyés Sörkert	☐	☐	☐	☐	☐
Latin Music Pub & Pizzeria	☐	☐	☐	☐	☐
Cafe Incognito	☐	☐	☐	☐	☐
Sport Pub Söröző	☐	☐	☐	☐	☐
Daiquiri Gold	☐	☐	☐	☐	☐
Szemeszter Söröző és Kávézó	☐	☐	☐	☐	☐
Skorpió Irish Pub & Café	☐	☐	☐	☐	☐
Egyéb	☐	☐	☐	☐	☐

23. Mennyire vagy elégedett a szolgáltatásokkal Veszprémben?

1 2 3 4 5

Egyáltalán nem vagyok elégedett. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Teljes mértékben elégedett vagyok.

VII. Melléklet

